

李鸿涛

# AI赋能法国电商提升竞争力

### 海外AI应用新亮点

当前,法国国内经济复苏疲软、消费支柱弱化明显以及购买力持续不振等现象不断显现。针对此类现象,法国稳步推进电商行业发展,特别是加强人工智能(AI)技术对电商行业多个销售环节的赋能。在AI技术的助力下,不仅优化升级了传统链条,创新拓展了新兴模块,还探索挖掘了细分蓝海领域,逐步推动电商行业迈进数字经济的新纪元,有效拓展了兼具竞争力与可持续性的新增增长点。

法国电子商务和远程销售联合会此前发布的趋势研究报告显示,2023年,法国电商销售额达到1599亿欧元,同比增长10.5%。其中,服务业在线销售额增长20%,共有约3940万法国民众进行了网上购物,93%的用户对网上购物表示满意,另有约65%的受访企业已拓展至国际市场,在比利时、西班牙、德国等欧洲国家拓展了市场基础。

法国电商市场保持蓬勃态势不仅与市场发展趋势、消费习惯演进等息息相关,更离不开法国在AI技术领域的不断研发,以及在具体行业的转化应用。其中,在AI技术的助力下,法国电商行业在用户体验、运营效率和市场营销等方面颇具特色。

AI以个性化、即时化方案强化用户体验。一方面,可通过算法优势有效升级个性化推广的投放精准度与推荐精准度,例如,占据法国电商市场份额34%的头部平台Cdiscount通过AI先进的学习算法,可以根据用户的历史消费习惯、行为与偏好进行个性化推荐,使平台的购买转化率提高了20%;另一方面,利用AI的快速响应与处置优势,还可以不断提升客服的服务质量,例如,法国家居零售商家Maisons du Monde设置了智能客服系统,通过AI聊天为用户提供更专业的回答和更有效的方案使用户享受到更高质量的服务,使用户满意度提升了30%。

AI以精准化、动态化管理优化企业运营,通过对需求端的持续跟踪与对供给端的台账管理,实时调整企业运营策略与部署。法国大型连锁超市家乐福积极利用AI技术优化其库存管理,利用AI的预测模型一方面可以精准把握市场需求动态,优化供应链管理,另一方面可以实时掌握库存情况,有效减少货物过剩与短缺的现象,成功使库存成本降低了20%。此外,法国零售商欧尚集团(Auchan)借助中国AI供应商提供的技术,积极尝试自动便利店模式,有效提高了服务效率,消除了结账环节的效率和成本瓶颈。

AI以便利化、竞争化调整锐化市场营销,在用户吸引方面,通过更便利、更优质的体验,不断强化用户黏性。法国时尚购物平台Showroomprive利用AI图像智能识别技术,方便用户通过上传同类商品图片查找类似商品,有效增强用户购物体验,使平台活跃度提升15%;在产品竞争优势方面,实时跟进市场价格水平,并迅速调整

近年来,法国持续加大对人工智能(AI)领域的投入与政策支持,并针对国内经济复苏疲软、消费支柱明显弱化以及购买力持续不振等现象,加强AI技术在电商领域的转化应用,使其用户体验、运营效率和市场营销等方面颇具特色。尽管如此,法国经济学家仍警告称,应时刻警惕AI技术高速发展所带来的治理滞后问题及其潜在风险,亟需出台相应法规与政策予以支持和规范。



价格策略,有效提升产品市场竞争力,例如,法国电商平台Fnac&Darty利用AI模型动态分析定价情况,通过实时监测市场竞争,快速调整自身产品价格,使平台销售额增长了5%至10%,真正实现了企业与消费者双赢。

法国AI技术在电商领域的成功应用离不开在AI研发领域的巨大投入。近年来,法国持续加大AI领域的投入与政策支持,为此,法国政府推动了多项发展战略,并计划分阶段稳步推进。第一阶段旨在强化法国在AI领域的研究能力,使法国在该领域的学术研究水平保持欧洲前列,并成为全球范围内AI领域研究的关键参与者。第二阶段旨在通过大规模的公共投资与私人融资,培养和吸引顶尖的AI人才,为法国AI领域的长久发展奠定扎实的人才基础。当前,法国在第一阶段的推动效果正持续显现,据相关研究机构统计,目前,法国约有35%的机构已普及AI技术,72%使用AI技术的雇主表示,AI对员工的绩效产生了积极影响。另据法国专业行业研究机构发布的报告显示,随着AI技术研发的不断推进,

AI在电商市场中的应用将更为迅速、深入和细化。未来,法国最具潜力的几大技术应用领域将包括高端语音搜索增强技术在电商搜索引擎中的使用与优化,高级移动购物模块提供可移动交互购物体验,扩展式订阅业务模式进一步强化潜在长期用户黏性,以及个性化智能零售模式提升满足用户定制化需求的能力等。

但同时,有法国经济学家警告政府和企业界要时刻警惕AI技术高速发展所带来的治理滞后问题及其潜在风险,特别是在购买者普遍关心的数据隐私保护、企业员工普遍

关切的技术培训与就业岗位、政府普遍关注的专业人才短缺等方面,亟需出台相应法规与政策予以支持和治理。

此外,法国经济学家还特别强调,在电商领域,要进一步立足AI在深度学习与自然语言处理技术等方面的前沿发展,持续提升智能客服与个性化营销水平,持续满足消费者需求,推动电商企业积极整合线下与线上资源,强化无缝式、无障碍的购物体验,并强化对AI技术使用的合规性与透明度,采取切实措施有效保护消费者数据隐私和安全。

# 更好支持发展中国家融入全球产供应链 持续丰富在华本土化布局

陈笑

近日,国际知名烘焙食品生产商宾堡集团旗下品牌曼可顿宣布,在中国推出休闲零食产品,进一步丰富其在中国市场的产品矩阵。

宾堡集团成立于1945年,总部位于墨西哥。在接待经济日报记者采访时表示,宾堡中国总经理张莉表示,正式进入休闲零食赛道,是宾堡集团在中国市场深入本土化布局又一重要实践。未来,宾堡将进一步发挥自身优势,加强与中方乃至全球伙伴的合作,为消费者带来更优质的产品与服务。

近年来,宾堡总部持续加大对中国市场的投入。2023年至2024年,宾堡集团累计向中国地区增资超7000万美元,用于确保产品质量和食品安全,增加生产设备、提升产能、改善生产环境等。“这体现了宾堡集团对中国市场的信心和决心。中国是人口大国,我们做的是跟民生相关的工作,产品与人口基数紧密相连,因此中国市场对宾堡有很大吸引力。”张莉说,从商业发展的角度来看,宾堡集团对中国的投资将是长期且持续的。

“庞大的市场规模对于宾堡产品的品类拓展具有很大意义。之前我们的品类主要集中在切片面包、吐司以及甜品类。中国消费者对烘焙产品的需求十分多元,这次通过推出休闲零食产品,有望形成新的增长点,进一步丰富宾堡在中国的本土化

访宾堡中国总经理张莉

周明阳,但在区域上仍有很大的拓展空间。”张莉谈到,目前,宾堡在华北、华东等地区的布局比较完善,但在华南、西南等地还有巨大的拓展空间。“中国大市场对我们具有非常大的吸引力,今年我们的举措是拓展更多的渠道和区域。”张莉说。

在中国,新的零售模式和业态不断涌现,也给宾堡集团带来了新的启示。“中国的社交媒体十分发达,消费者尤其是年轻消费群体活跃度很高,宾堡正在尝试针对不同消费目标和消费群体,通过不同渠道推广,以增加品牌和产品的知名度。”张莉表示,“新的方式不断涌现,也在激励我们寻找新的增长机会。我们密切关注市场的新形态,力求把握住每一个值得把握的机遇。”

全球产业链供应链是世界各国分工合作、促进共同发展的重要载体。最新发布的《全球发展报告2024》提出,在当前动荡变革的世界中,全球供应链遭受冲击,将给全球经济社会发展带来负面影响。各国需携手共建开放包容、高效稳定的全球产供应链,促进全球发展和共同繁荣。

近几年,受疫情、地缘政治冲突等影响,全球物流受阻情况增加,致使各方对全球产供应链布局的考量从追求经济效率转向更加重视安全稳定。同时,贸易保护主义和单边主义升温,对全球经济秩序造成严重干扰。据全球贸易预警组织统计,各国新执行的歧视性干预措施从2019年的3122项增至2023年的4976项。有的国家甚至采取过度的保护性措施,对全球产供应链合作造成负面影响。国际货币基金组织(IMF)预测,如果全球出现地缘经济分裂,全球国内生产总值(GDP)的损失将会达到2.3%,发达经济体和新兴市场的损失将在2%至3%,低收入国家损失最大,将超过4%。

展望2025年,为了更好应对全球性挑战、促进全球共同发展,各国应合力构建开放包容、稳定互信的产供应链合作关系,尤其应助力发展中国家更好融入全球产供应链。

支持发展中国家根据各自不同的资源禀赋、地理区位和发展阶段选择适宜的工业化路径。例如,可以帮助人口数量众多且有一定工业基础的国家,发展劳动密集型出口加工业;赋能石油、矿产等资源丰富的发展中国家发展资源加工制造业,逐步延伸本地产业链;助力工业能力较强的国家发展技术密集型产业,不断增加产品附加值,攀升全球价值链;支持地理位置和服务业基础较好的国家,发展运输、仓储、信息等生产性服务业。

通过国际合作支持发展中国家在地理条件优越的地方优先发展产业园区,并将产业园区作为融入全球产供应链、促进工业化发展的载体和窗口。可在产业园区内适度超前建设基础设施,并提供税收、经营、金融和贸易等政策便利,增强对投资的吸引力。在对接国际市场的同时,发展中国家还要接

# 更好支持发展中国家融入全球产供应链



产业集群发展思路重点发展支柱产业,不断深化和拓展本地产供应链,提升产业的国际竞争力和根植性。

助力发展中国家加快发展数字经济。支持发展中国家积极拥抱数字化,利用技术创新和数字经济机遇实现跨越式发展。支持发展中国家加强数字基础设施建设和产业数字化转型。加强多方合作,在发展中国家实施技术转让和商业模式开发等试点项目,开展企业家精神、数字技术和职业技能教育等人力资源培训与开发,提升发展中国家企业和劳动力适应新技术和产业变革的能力。

鼓励有条件的国家探索绿色工业化之路。近年来,绿色低碳成本技术大幅下降,发展中国家走绿色工业化道路成为可能。宜推动绿色技术跨国转移和绿色产品国际互认,促进全球产供应链上下游绿色协同转型。帮助发展中国家加快水电、

2025年世界经济论坛年会将于1月20日至24日在瑞士达沃斯举行。本届年会以“智能时代的合作”为主题,以重新构想增长、智能时代产业、投资于未来、保卫地球和重建信任为聚焦领域,将致力于促进新合作和催生新洞见。关于贸易和投资活动在智能时代的发展前景和机遇挑战,经济日报记者采访了世界经济论坛国际贸易与投资部负责人西恩·多赫迪。

记者:即将在瑞士达沃斯召开的2025年世界经济论坛年会以“智能时代的合作”为主题,并且将“重新构想增长”作为五大聚焦领域之一。您认为在新的智能时代环境下,贸易和投资将分别呈现出怎样的新形态,又将如何继续作为“重新构想增长”的引擎?

西恩·多赫迪:过去一年,全球贸易和投资量增长较为强劲。2025年的前景虽充满不确定性,但我们也许能继续看到贸易的多元化。服务贸易特别是数字服务贸易将表现强劲,而且绿色产品和技术产品因其在国民经济中的重要性也将越来越多地参与贸易。在我看来,贸易和投资政策需适应2025年的各种挑战;企业也需具备应对不确定性的能力,并重新评估风险;公民也应学会应对环境和社会的快速变化。

记者:贸易和投资活动涉及复杂的供应链,各个活动主体之间也具有多样的杠杆关系。您认为一个更加智能的贸易和投资环境将如何在促进经济增长的同时也能促进社会进步,最终帮助实现可持续性和包容性增长目标?

西恩·多赫迪:一个更加智能的贸易和投资环境应该是一个更加透明,并且对所涉及活动及其创造的价值或潜在价值了解更充分的环境。这可能推动激励措施与社会目标更好地结合起来,也将为个人和小型企业带来更多机会。

记者:在过去几年中,国际贸易和投资深受地缘政治冲突的不利影响,本届年会的聚焦领域包括“重建信任”,您认为世界经济论坛以及本届年会在帮助重建信任上发挥怎样的建设性作用?

西恩·多赫迪:对话和合作是建立信任的有效方式,也是世界经济论坛运作的核心。这种对话涉及来自政府、企业和民间社会的多个利益相关者。在已经出现地缘政治紧张的地区帮助制定更好的政策,以及在面临国际紧张局势时制定商业行为准则等,都是世界经济论坛和年会能够发挥作用的具体领域。

记者:“保卫地球”既是本届年会的聚焦领域之一,也是全人类面临的公共任务。您认为怎样才能更好地利用贸易和投资工具实现这一目的,又如何防止绿色贸易遭遇政治化干扰,影响保卫地球的效果?

西恩·多赫迪:贸易和投资可以成为通过传播创新和实现规模经济来保护地球的重要工具。然而重要的是,贸易和投资政策要适应碳排放受限这一现象,具体来说,可以采取的措施,从提高能源转型所需“物”的可用性,到促进循环经济贸易,再到限制对绿色产品和服务的贸易壁垒,国际社会应加强对绿色产业政策的理解,还需要制定碳边界调整等机制。