

# 豆包开启AI购物内测 电商平台加码“一句话购物”

证券时报记者 曹晨

打开豆包,说出你的需求:“预算100元左右,推荐一款好用的办公鼠标”,豆包便立即匹配商品、生成选购建议并附带商品链接,你可直达下单页,购物链路简单清晰。

这便是正在做灰度测试的豆包AI电商功能,简称“一句话购物”。事实上,阿里、京东、美团、拼多多等头部平台此前已纷纷加码AI购物,持续投入资源推进生态建设与场景落地。

业内人士表示,在传统电商流量见顶的背景下,AI购物不仅能大幅降低供应链、运营、客服等全链路成本,还能通过对活式、一站式购物体验,助力平台抢占下一代消费入口。不过,AI购物在实际应用中仍面临信息幻觉、用户信任不足、数据杂乱等难题,仍需深化技术落地与生态融合,进一步打通全链路闭环。



图片来源:AI生成

在传统电商流量见顶的背景下,AI购物不仅能大幅降低供应链、运营、客服等全链路成本,还能通过对活式、一站式购物体验,助力平台抢占下一代消费入口。

## 1 豆包开启AI电商内测

继各大平台布局AI购物后,字节跳动旗下豆包正式开启AI电商内测引发关注。

近期有消息称,字节跳动旗下AI助手豆包已开启AI“购物下单”功能内测,用户可在豆包APP内直接完成商品浏览、下单与支付全流程,该功能预计最快将于3月正式上线。此次内测的AI电商功能,依托豆包大模型的自然语言理解与意图识别能力,用户在聊天中提出消费需求,豆包可智能推荐适配商品,覆盖数码、家居、食品等

多个品类,实现便捷化、轻量化的购物体验。

对此,证券时报向字节跳动方面求证,截至发稿未获回应。另有接近豆包人士向记者确认,相关功能正处于灰度测试中。

广东省互联网协会副会长、艾媒咨询CEO张毅对证券时报表示,直播电商红利见顶后,行业急需新增长点,豆包推进电商内测,既是补齐AI商业化版图,也是抢占下一代购物入口的关键布局。“依托海量用户与抖音电商供应

链优势,其‘一句话零跳转购物’实现了AI电商从导购到交易的闭环跨越,有望打通内容至交易全链路、挖掘增量转化,但现阶段仍面临供给依赖、生态单一、数据壁垒及用户信任构建等挑战,需持续打磨完善。”

根据Quest Mobile数据,截至2025年12月,国内AI原生APP月活跃用户(MAU)规模中,豆包以2.26亿MAU领先,远超第二名1.35亿的月活体量。

字节跳动CEO梁汝波在2026年度全员会上表示,公司将通过AI助手整合已有业务,攀向新高度。

## 2 头部平台竞相入局

在豆包内测之前,阿里、京东、美团、拼多多等电商巨头已密集加码AI购物赛道,依托自有生态打造差异化场景,各公司在马年春节假期曾迎来规模化落地高峰。

通义千问春节期间联动盒马、飞猪、淘宝闪购、支付宝等全生态资源,在春节期间推出“30亿新春大免单”活动,6天累计完成超1.2亿笔AI下单,相关指令调用量突破41亿次。

在出行领域,飞猪向记者提供的数据显示,春节假期,飞猪AI订单量比节前增长了800%以上,简单实惠的AI订门票最受欢迎,订单量大增超24倍。这些AI订单中,机票平均每张成交价格超过700元、酒店平均每晚成交价格接近

300元。

“消费者通过AI预订旅游商品的习惯养成速度快于预期。这意味着,未来AI将成为全新的超级入口,对酒旅商家而言是一片待开垦的处女地。”飞猪相关负责人对记者表示。

其他头部平台也动作频频。今年初,京东上线AI购APP,依托自研言犀(JoyAI)大模型,主打对话式购物。美团、拼多多等平台则聚焦即时零售与低价好物场景,将AI语音/对话下单嵌入外卖、买菜、团购等高频业务,降低用户操作门槛。

在业内看来,电商平台纷纷试水AI购物,核心是应对传统电商增长瓶颈、抢占下一代消费

入口。

盘古智库高级研究员江瀚对记者表示,电商传统流量红利见顶,急需通过AI Agent重构用户交互方式,以挖掘存量价值。AI购物带来了从“人找货”到“货找人”再到“AI代办”的范式转移,这确实是抢占下一代消费入口的关键战役。

张毅补充,当前互联网厂商扎堆布局AI购物的原因,还包括AI技术成熟、大模型应用成本下降,规模化落地路径基本跑通,以及电商平台防御性布局,提前战略卡位等考虑。

招商证券认为,AI电商流量入口从传统货架转向AI代理,意图广告替代关键词广告,有望形成“数据—模型—交易”的强化闭环。盈利方面,主要通过交易佣金和意图竞价广告实现变现,精准推荐提升转化效率。

## 3 AI电商前景与瓶颈

值得一提的是,AI电商的规模化落地,为商家带来的变化备受关注。

记者采访多位商家获悉,AI电商为商家带来了低成本、高效率的新增流量,本质上可降低商家对传统广告与主播的依赖,提升运营效率。不过,对于中小商家而言,使用成本仍然偏高。

高速扩张之下,AI购物的现实瓶颈也愈发凸显。一家头部平台高管对记者表示,一是信息幻觉频发,部分AI助手出现商品参数错误、价格虚报、推荐不符需求等情况,比如京东AI购曾

出现饮品口味、糖度推荐偏差,复杂预约订单适配不足;二是用户信任不足,AI推荐透明度低、售后维权链路不畅,导致用户仍倾向于手动核验商品;三是生态割裂严重,多数平台仅打通自有生态,跨平台商品比价、服务联动受阻,难以实现全域购物体验。

AI购物想要真正普及,既要攻克大模型理解精度、多场景适配等技术难题,更要打通数据、服务、履约全链路闭环,实现技术深化与生态融合的双向突破。

在业内看来,2026年将成为AI购物规模化元年,未来行业发展可能呈现三大趋势:一是全场景融合,AI购物将突破线上电商的单一边界,全面覆盖线上线下渠道,以及吃喝玩乐购等各类本地生活场景;二是用户增量拓展,下沉市场将成为核心增量来源,县域市场及银发群体是重点挖掘方向;三是规范化与普惠化建设,这是AI购物真正成为电商行业标配的关键前提。



# 鼎龙股份300吨光刻胶项目投产 高端半导体材料领域取得突破

证券时报记者 刘茜

3月19日晚,鼎龙股份(300054)公告称,公司控股子公司鼎龙(潜江)新材料有限公司投资建设的“年产300吨KrF/ArF光刻胶产业化项目”主体厂房及配套建设已建成,并于近期顺利投产。

公告显示,该项目为国内首条覆盖“有机合成—高分子合成—精制纯化—光刻胶混配”全流程的高端晶圆光刻胶量产线,在产品型号与制程节点覆盖率、核心原材料自制、搭载光刻机的验证平台资源等方面均具有优势。

鼎龙股份介绍,高自动化的柔性产线可支撑多品类市场覆盖。公司现已建成超过30条成品产线,并预留同等规模的扩展空间,可根据市场需求灵活扩容。产品覆盖芯片制造的“全尺寸阵容”,切实满足下游晶圆厂客户对关键材料的迫切需求。公司ArF和KrF光刻胶产品覆盖国内晶圆厂全制程技术节点,广泛应用于高端存储(3D NAND,DRAM)和高性能逻辑器件。

同时,公司解决了关键原材料供应难题,破解了供应链安全瓶颈。公告显示,公司建有多条原材料合成线及纯化线,拥有有机合成和高分子合成等核心产线,实现

核心树脂、特殊单体、光致产酸剂等关键原材料的自主供应,攻克国内对于高端光刻胶原材料的供应难题。

鼎龙股份主营业务横跨半导体和打印复印通用耗材两大板块。现阶段,公司重点聚焦半导体创新材料领域,业务覆盖半导体制造用CMP工艺材料和晶圆光刻胶、半导体显示材料、半导体先进封装材料三个细分板块。

此前公布的业绩预告显示,鼎龙股份预计2025年实现归母净利润约为7亿至7.3亿元,同比增长约34.44%至40.20%。业绩增长主要得益于半导体材料与显示材料业务的强劲增长,同时公司持续深化成本管控,精益运营效能有效释放。

公司表示,目前已布局超30款高端晶圆光刻胶,涵盖浸没式ArF与KrF等国内核心晶圆厂客户迫切需求的光刻材料,其中过半数已送样给客户验证,已有数款产品实现稳定批量供应,并有多款产品在冲刺订单。“年产300吨KrF/ArF光刻胶产业化项目”的建成投产,标志着公司在高端半导体材料领域取得重大关键突破。此举实现了从关键材料到光刻胶产品的全流程自主可控,不仅能更高效地响应客户需求、实现产品快速且高质量的交付,更将为公司带来新的业绩增长点。

# 有研硅拟投建 大尺寸半导体硅单晶项目

证券时报记者 赵黎昀

3月19日晚间,有研硅(688432)公告,公司拟设立全资子公司“国晶半导体材料(包头)有限公司”,并以此为主体投资新建“大尺寸半导体硅单晶基地建设项目”,项目计划总投资4亿元。

据披露,本次拟设立的子公司经营范围为硅单晶、硅片等电子专用材料制造。大尺寸半导体硅单晶基地建设项目计划建设约5万平方米的单晶厂房,厂房具备140个单晶炉位,可形成年产集成电路硅材料用单晶硅及集成电路刻蚀设备用单晶硅1000吨以上的生产能力。项目达到预定可使用状态时间为2027年12月。

2022年有研硅首次公开发行股份募集资金总额18.55亿元,其中超募资金金额6.64亿元,前次已使用金额4.69亿元。本次公司拟投建的大尺寸半导体硅单晶基地建设项目,拟使用超募资金1.95亿元,自有资金2.05亿元。

有研硅自成立以来,始终专注于半导体硅材料的研发、生产与销售,是国内最早从事半导体硅材料研发并率先实现产业化的单位。通过突破并优化多项关键技术,公司构建了自身的技术壁垒。截至目前,公司已获得多项硅片及半导体零部件生产

工艺相关专利,形成具有自主知识产权的核心技术体系,为项目的顺利实施提供了有力支撑。

对于投建大尺寸半导体硅单晶基地项目,有研硅表示,市场对半导体产品的需求不断攀升,尤其是8/12英寸大尺寸硅片的需求增长迅速。同时,随着刻蚀工艺在芯片制造中步骤和重要性的不断提升,作为刻蚀反应核心部件材料的技术迭代速度加快,市场需求持续扩大。公司建设单晶制造基地,计划对8英寸硅片及零部件实施扩产,以进一步提升公司产品的供货能力,巩固并提高产品的市场占有率和盈利能力。

有研硅致力于成为世界一流半导体企业,在当前产业规模上仍处于追赶阶段。为此,公司需分阶段推进产能提升,依据市场需求合理提升8英寸硅片及半导体零部件的产能。目前公司单晶厂房无法满足扩产需求,上述项目选址内蒙古包头,能充分利用当地电力成本优势,提升产品竞争力的同时,增强企业的盈利能力。通过实施该项目,将有助于推进公司半导体硅片规模化发展,同时为“十五五”规划时期布局石英坩埚、多晶铸锭等新兴业务领域奠定基础,增强整体竞争力和行业影响力,推动公司发展战略的稳步落地。

# 千里科技董事会添新 中国科学院院士、奔驰总监获提名

证券时报记者 曾剑

继荣耀前CEO赵明加入董事会后,千里科技(601777)董事会或将再度迎来新人进驻。

千里科技3月19日晚间披露,公司董事会审议通过议案,同意提名陈婷为公司第六届董事会非独立董事候选人,同意提名刘云浩为公司第六届董事会独立董事候选人。

证券时报注意到,陈婷、刘云浩均具备资深的行业背景。

简历显示,陈婷于1982年11月出生,北京大学法律硕士。她曾任SK Innovation及SK中国投资有限公司法律顾问,北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司合规部经理。目前,陈婷担任梅赛德斯-奔驰中国投资有限公司投资并购部总监。

陈婷获千里科技董事候选人提名,意味着千里科技与奔驰方面的合作在继续深化。去年9月,根据相关方签署的《股份购买协议》,力帆控股宣布将其持有的千里科技股份合计1.36亿股,以9.87元/股的价格,协议转让给梅赛德斯-奔驰(上海)数字技术有限公司(下称“奔驰数字”)。以此估算,奔驰数字此次投资耗资约13.42亿元。

奔驰数字是梅赛德斯-奔驰(中国)投资有限公司的全资子公司,也是梅赛德斯-奔驰在全球海外最大的数字化研发中心,于2023年6月由该公司上海研发团队升级而来,并正式落户上海金桥。

去年12月,上述股权交易完成过户手续。奔驰数字由此成为千里科技第五大股东。

对于奔驰数字的入股,千里科技董事长印奇曾公开表示:“我们跟奔驰形成非常紧密的战略合作,在智驾和智能舱上都会有一些丰富的合作。”

刘云浩于1971年11月出生,清华大学教授,中国科学院院士。他曾获得国家自然科学二等奖、教育部自然科学一等奖、教育部技术发明一等奖等,被授予ACM主席奖和中国计算机学会“王选”奖。目前,刘云浩担任清华大学全球创新学院院长和自动化系教授博导。

千里科技是一家面向全球市场的智能出行科技公司,经营终端业务和科技业务两大类型。其中,终端业务主要涵盖汽车与摩托车两大业务;科技业务作为其核心增长引擎,重点深耕智能辅助驾驶与智能座舱领域,共同打造面向整车制造企业的“AI智行开放平台”。

截至目前,千里科技董事会已经聚集了多位知名人士。

3月2日,荣耀前CEO赵明正式当选为千里科技非独立董事。赵明于1973年3月出生,其曾执掌荣耀品牌10年,资深科技产业领袖,拥有逾25年全球科技企业管理经验,2024年入选中国经济新闻人物。

据媒体当时报道,赵明将重点推进千里科技AI商业模式的闭环战略,推动技术优势转化为市场竞争力。

# 原油高位震荡 国内化工企业掀调价潮

证券时报记者 黄翔

近期,国际原油价格持续高位震荡,纽约商业交易所(NYMEX)的美原油主连价格自3月初的71.23美元/桶一路攀升,3月19日收盘价达99.05美元/桶,单日最大涨幅超39%。作为化工行业的核心原材料,原油价格的高位运行直接带动全产业链成本攀升,万华化学等国内化工企业纷纷启动调价模式,从上游基础化工品到下游终端产品,调价潮正在蔓延,行业成本传导效应凸显。

据统计,截至3月15日,当周约六成化工品涨价,环比上涨4.55%。其中,丙烯酸、对硝基氯化苯、蛋氨酸涨幅居前,分别达90.7%、80.3%、56.3%。

上游成本压力持续传导,倒逼中游化工企业纷纷上调产品价格,形成连锁反应。

3月以来,巴斯夫、万华化学、宝丰能源等行业龙头企业先后发布调价公告,覆盖烯烃、芳烃、防水材料等多个品类。其中,宝丰能源旗下聚丙烯(PP)产品连续两日提价,累计涨幅达600元/吨,全国PP拉丝市场均价单周飙升15.52%至8657元/吨,较2月末涨幅超30%;万华化学上调MDI产品价格,3月中旬聚合MDI报价达1.52万—1.53万

元/吨,较春节前上涨1300—1500元/吨,预计3月下旬将升至1.65万元/吨,累计涨幅达13%。

成本压力进一步向下游终端传导,下游制造企业面临较大的成本压力,部分终端企业也被迫跟进调价。作为下游重要应用领域,纺织、建材、家电等行业受化工原材料涨价影响显著。东方雨虹于3月1日发布调价公告,宣布自3月15日起工程端沥青类卷材和沥青类涂料产品价格上调5%—10%,原因是上游沥青价格从3000元/吨上涨到3350元/吨,且预计原油价格将持续上涨,原材料成本将进一步走高。此外,国内多家涂料企业、塑料加工企业也陆续上调产品价格,涨幅普遍在5%—15%之间,以应对成本压力。科顺股份、北新建材等也表示已对防水材料价格进行了调整。

对于此次调价潮的影响,业内人士表示,成本传导的顺畅性取决于下游需求的承接能力。当前化工品涨价主要由成本端驱动,而非需求端主动拉动,因此下游企业的承接能力将成为关键。目前下游用户多以消化合约和库存为主,对高价原料接受度有限,整体采购维持刚需节奏,部分中小企业可能因成本压力面临经营困难。

中信建投证券认为,油价高位运行将持续推动化工品价格上涨,尤其是对油价敏感的芳烃、烯烃等品种,成本传导效应将进一步显现。同时,随着“金三银四”需求旺季的推进,下游需求逐步复苏,将为价格传导提供支撑,预计后续化工企业调价仍将持续,但调价幅度可能逐步放缓。

值得关注的是,原油价格的持续高位也带来了一定的不确定性。华泰证券提示,若中东地缘冲突缓解,原油价格可能出现阶段性回调,将缓解化工行业的成本压力;但如果冲突持续升级,原油价格可能进一步攀升,将加剧行业成本压力,甚至可能抑制下游需求。此外,国内化工行业“反内卷”政策的持续推进,也将与成本因素形成叠加,影响行业价格走势。

总体来看,原油高位震荡引发的成本压力,正通过产业链层层传导,推动化工行业迎来调价潮。这一趋势既反映了行业成本端的压力,也推动着行业供需格局的逐步改善。对于化工企业而言,如何通过技术升级,成本控制应对原材料价格波动,将成为未来竞争的关键;而对于下游企业,如何应对成本上涨压力、优化供应链管理,将直接影响其经营效益。