

阿里“6·18”取消预售：用户“向前”平台“向后”

本报记者 李立 上海报道

“这一年最核心的变化，不是去追赶KPI，而是认清自己，重回客户价值轨道。”按照创始人马云的设计，阿里巴巴正在找回自己。

5月6日，淘天集团率先对外宣布天猫“6·18”开启报名。今年“6·18”最大的变化是取消预售

消失的“预售”

预售的玩法最早始于2014年“天猫双11”，京东、苏宁易购等多个电商平台随后跟进，逐渐成为电商大促标配。

所谓“预售”，是指在产品还没正式进入市场前提前锁定部分销售。引入到电商，又增加了一层营销意味。平台将有一定优惠力度的商品提前让消费者用定金的形式进行交易，之后再付尾款，这样可以保证自身平台的销售额，备货也更有把握。

对平台和商家而言，预售利大于弊。平台可通过预售蓄水，集中冲高某个交易日的交易额，同时可以分散交易高峰过度集中的压力，比如缓解物流配送压力。同时拉

一揽子变化

另据记者了解，“6·18”取消预售之外，提升用户体验实则是一揽子变化。

如果说“6·18”取消“预售”，是阿里巴巴朝着“回归用户”迈出了一大步，那么在此之前阿里巴巴已经走了一段路。

马云回归后，曾经在小范围内部沟通会上，为淘天集团指出了三个方向：回归淘宝、回归用户、回归互联网。阿里巴巴集团CEO、淘天集团董事长吴泳铭兼任淘天集团CEO后明确“回归用户”是阿里战略核心之一。

今年开始已经出现了一些肉

售，5月20日晚8点直接开卖。面向商家，今年“6·18”简化报名环节，满足条件的商家直接进行商品报名即可。“相比往年，今年‘6·18’的核心就是简单。”接近阿里巴巴的人士对《中国经营报》记者表示。

阿里突然取消搞了十年的预售机制，也反映出自身心态的变

化。“今天阿里在国内电商的市场”上依然是个“老大哥”，但心态上，已经从一个游戏的绝对领先者，变成了游戏的重要参与者。”淘米咨询董事长刘润认为。

“取消用户吐槽已久的预售，看似是用户体验向前一步，对于平台却是往后退了一大步，涉及平台游戏规则的重要调整。”一位

业内人士回忆，预售的玩法最早始于2014年“天猫双11”，京东、苏宁易购等多个电商平台随后跟进，逐渐成为电商大促标配。这样一个曾上升到战略高度的游戏规则突然取消，用户苦预售久矣或许只是原因之一。

思辨财经作者全志斌认为原因有三：首先是预售影响了用户体验，如果坚持预售，视频带货、不搞预售的平台就会把用户带

走；其次营销的作用正在降低；最后，此前预售兼有帮商家预测库存的功能，但多年打磨，商家对线上零售已经非常娴熟，且线上增速已经变化，预测库存的功能已经趋于消失。

“取消预售更多是从买家的体验考虑。”一位淘宝商家向记者证实，“对于非标类目取消预售是好事，非标商品一物一拍，不需要像大快消那样使劲投资做蓄水沉淀，等活动日爆单。”

“预售制度的设计初衷一是

考虑稀缺商品天然具有生产时间性要求，为保障消费者确定性购买而推出。二是由于大促造成销售高峰，考虑缓解商家大促期间的备货压力而设计的举措。”淘天集团相关负责人回应本报记者采访时称。

“随着电商行业逐渐迈向成熟以及生产制造能力的提升，商家应对大促的能力也在不断提升。预售所能带来的优势逐渐消失，因此取消预售也成为合适的选择。”上述淘天集团相关负责人表示。

长期观察阿里巴巴变化的人士指出。另据记者从商家侧了解到，今年“6·18”还涉及跨店满减的天猫淘宝平台打通、“先用后付”试用等一系列改变，目标都直指提升用户体验。

从“老大哥”到参与者，阿里巴巴正在从“客户第一”向“用户为先”艰难转身。

考虑稀缺商品天然具有生产时间性要求，为保障消费者确定性购买而推出。二是由于大促造成销售高峰，考虑缓解商家大促期间的备货压力而设计的举措。”淘天集团相关负责人回应本报记者采访时称。

“随着电商行业逐渐迈向成熟以及生产制造能力的提升，商家应对大促的能力也在不断提升。预售所能带来的优势逐渐消失，因此取消预售也成为合适的选择。”上述淘天集团相关负责人表示。

“预售制度的设计初衷一是

提升“6·18”消费者体验，也能帮助商家更好地服务好消费者，只有消费者更开心，商家生意才会更好。”

不过，在淘天的改变中，商家的参与热度还未可知，各个平台也在积极抢夺商家。此前拼多多开启母亲节大促活动的报名招募，大促报名时直通“6·18”大促主会场。淘天方面也是促销不断，除了母亲节大促之外，“6·18”之前还有淘宝的“510”周年庆。

据淘天方面透露，目前淘宝网仍有可观的存量用户规模，每天都

有近千万用户访问淘宝网，横跨所有年龄段，大学生、白领、设计师、程序员等年轻用户占比近四成。

“PC端仍然有刚性需求，与其从外部引流，不如先把自有流量激活。记者注意到，在抢夺流量的过程中，阿里巴巴内部如今更为务实。

此前淘天集团内容电商事业部总经理程道接受记者采访时曾透露，2023年淘宝年度内容消费用户达8.6亿人。不过淘系内部仍有很多用户未渗透到直播。“以DAC(日购买用户数)为例，淘系用户转化只在5%—10%，仍有很大的提升空间。”由此可见，解决流量焦虑，阿里巴巴的办法是先从盘活内部出手。

另据淘天方面透露，升级淘宝网不仅是修复和优化过去的功能，创新体验也是重要的方向，特别是AI应用在PC浏览器有巨大的应用想象空间。目前全世界的大多数AI原生应用的访问都在PC上，相信AI可以带来淘宝网的体验增量。

不过在业内人士看来，从“客户第一”到“用户为先”的纠偏过程并不容易。既关乎公司的核心价值观，也涉及阿里巴巴已然形成的商业模式。比如此次“6·18”取消预售也在改变阿里巴巴过去十年的习惯。

客户体验的改变提升亦并非一夕之间能完成的，阿里巴巴需要耐

心，更要给用户时间。



5月6日，淘天集团对外宣布，今年“6·18”取消预售，5月20日晚8点直接开卖。视觉中国/图

“客户第一”到“用户为先”

在抢夺流量的过程中，阿里巴巴内部如今更为务实。

“在某种程度上，我们砸了自己的脚，没有真正关注给用户创造价值。”作为阿里巴巴现任管理层的核心成员，阿里巴巴董事局主席蔡崇信此前在公开采访中明确表示。

在阿里巴巴倡导的价值观里，曾经旗帜鲜明地提出：“客户第一，员工第二，股东第三。”这就决定了阿里巴巴作为国内电商公司老大两难的平衡策略，既要考虑用户需求，还要密切关注平台商家。

“客户第一”，谁是客户？记者曾经就此请教阿里巴巴管理人士，得到的答案为“既是用户，也包括商家”。但是在新的核心管理层形成后，这种认识似乎正在纠偏。

“我们知道阿里落后了，因为我们忘记了我们的客户是谁。我们的客户是使用我们的App进行购物的人，而我们没有给他们最好的体验。”蔡崇信认为。

不过，这场改变更像一个庞大的系统工程。需要无数细微的切口，才会发生一些显性变化。除了取消预售这样的大动作之外，隐形变化也在后台发生。

从今年开始，淘宝有团队专门负责优化升级淘宝PC端，重启淘宝网网页版。淘天方面对记者表示，升级淘宝网是淘宝全局体验优化的一部分。淘宝网和淘宝App相互补充，都服务于用户体验。

据淘天方面透露，目前淘宝网

“AI教母”创业 瞄准空间智能

本报记者 秦淼 北京报道

被誉为“AI教母”的李飞飞，日前创立了一家从事空间智能相关业务的AI初创企业。据了解，它将利用类人视觉数据处理技术，让AI可以实现高级推理。此外，据外媒报道，目前李飞飞的新公司已成功完成一轮种子轮融资，投资者包括知名风险投资公司 Andreessen Horowitz(a16z)和 Radical Ventures。

公开资料显示，李飞飞是全球人工智能领域具有开创性贡献的人物，在计算机视觉和认知神经科学

“AI教母”

李飞飞在AI领域已经扎根了近20年。

从加州大学博士毕业后，李飞飞踏上了人工智能领域的崭新征程，专攻个人人工智能和计算神经科学。在2007年，作为普林斯顿大学的一名教员，她已经深切认识到视觉智能对于AI发展的重要性。

2005年，她创办了ImageNet。这一图像数据库汇聚了超过1500万张高清图片，涵盖了22000个类别，为AI深度学习模型训练提供了坚实的基石。ImageNet的大规模图像数据集在人工智能领域获得了极高的认可。凭借其丰富的图像资源，该数据集为计算机视觉技术的发展注入了新的活力，同时也是ChatGPT底层技术之一。

至此，李飞飞在AI界声名鹊起。2009年，她加入斯坦福大学任助理教授，并于2012年担任副教授(终生教授)。在2019年，她与哲学家约翰·埃切门迪共同成立了斯坦福大学以人为本人工智能研究院(HAI)，研究方向包括“认知启发人工智能”以及计算机视觉和机器学习。旨在推动人工智能技术发展的同时，确保这些强大的工具能够提

领域具有深厚的学术造诣。同时，她也是计算机领域中备受尊敬的华人女性科学家之一。多年前，当李开复被问及未来25年科技走向的关键人物时，他毫不犹豫地提到了“李飞飞”这个名字。

就新公司的业务与融资消息，《中国经营报》记者向李飞飞本人求证，其并未作出回复。不过，在斯坦福大学网站上，记者注意到李飞飞的个人状态已经变更为“2024年1月1日至2025年12月31日，部分休假”。这进一步验证了外界对于其下场创业的猜测。

升人类福祉，而非仅仅追求生产力的提高。

2021年，她被评为美国三个研究院的院士，展现出她在人工智能领域的卓越成就。美国国家工程院曾表示：“李飞飞为建立大型机器学习和视觉理解知识库作出了贡献。”

除此之外，李飞飞在2017年至2018年期间，曾在谷歌云担任人工智能业务的领导职务，同时，她还曾在Twitter董事会中担任要职，并为白宫政策制定者提供专业的咨询建议。

李飞飞被誉为“AI教母”的原因，一方面归功于她在人工智能领域的杰出贡献，另一方面则源于她在学术界的影响力。多位在AI领域具有举足轻重地位的人物，如曾在OpenAI和特斯拉担任要职的Andrej Karpathy，以及目前在英伟达担任重要角色的Jim Fan，均曾受教于李飞飞。今年3月，英伟达通用具身智能体研究实验室GEAR的领导者范麟熙和朱玉可同样出自李飞飞门下。此外，曾引发广泛关注的Pika创始人郭文景，在退学创业之前，也曾在李飞飞担任主任的斯坦福大学AI实验室攻读博士学位。

“空间智能”是什么

据外媒报道，李飞飞创办的这家AI公司主攻“Spatial Intelligence”，即空间智能。

心理学家霍华德·加德纳在多元智能理论中指出，空间智能是人们生活学习的基本能力，更是人们在进行艺术、科学、数学及文学活动时不可或缺的能力。

不过，李飞飞对空间智能有不一样的解释。在温哥华TED大会的演讲中，李飞飞提到，当前最先进的算法已经能够合理推断图像和文字在三维环境中的呈现方式，并据此做出行动。这种算法所依托的便是所谓的空间智能。李飞飞强调，大自然中存在着一种视觉与行动之间的良性互动，而空间智能正是这种互动的核心。她进一步透露，斯坦福大学的实验室正在致力于教授计算机如何在三维世界中行动，如通过大型语言模型指导机械臂执行开门、制作三明治等任务。

在阐述空间智能这一概念时，她使用了一张极具启发性的图片作为辅助工具：一只猫正伸

“空间智能”不是“空间计算”

今年年初，苹果的首款空间计算设备 Vision Pro 正式开售。苹果CEO蒂姆·库克说道：“Mac 将我们带入个人计算时代，iPhone 将我们带入移动计算时代，Apple Vision Pro 将我们带入空间计算时代。”

有业内人士将李飞飞瞄准的空间智能与苹果提出的空间计算画上等号。

其实不然，空间计算更强调感知和计算，而空间智能则侧重于AI的认知和推理能力。

出爪子，意图将玻璃杯推向桌子的边缘。她随后详尽地解析了这一过程，指出人类大脑具备在极短时间内对玻璃杯的几何构型、它在三维空间中的位置，以及它与桌子、猫和其他物体的相互关系进行综合评估的能力。在此基础上，大脑能够预测接下来可能发生的情境，并采取相应措施来预防潜在的风险。

中亲农有限公司总裁支培元表示，李飞飞的创业举措标志着她将多年的学术研究成果转化为实际应用的决心。她在计算机视觉和深度学习方面的开创性工作，特别是在图像识别、目标检测和语义分割等领域的贡献，为人工智能的发展奠定了坚实的基础。她的创业公司预计将继续这一研究方向，开发先进的AI算法和模型，以推动自动驾驶、机器人导航和其他相关领域的技术进步。

实际上，就在2023年11月，李飞飞领导的实验室已经进行了一次人工智能高级推理的尝试。他们成功研制出一款名为“VoxPos-

er”的智能机器人，这款机器人将通用大语言模型与计算机视觉、机器人等多项技术完美融合。它能够通过接入大模型，直接理解人类的自然语言指令，并将其转化为具体的行动规划。团队宣称，这款机器人具备“零样本”能力，即无须预先接受特定任务训练便可完成任务。不过，该项目目前仍处于实验室测试阶段。

对此，中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅表示，就目前的环境来看，实现空间智能的可能



“AI教母”李飞飞 视觉中国/图

性正在逐渐增大。随着深度学习、计算机视觉和传感器技术的不断进步，AI系统已经能够处理和分析大量的空间数据，并从中提取有用的信息。同时，随着硬件设备的不断升级，AI系统的计算能力和存储能力也在不断提高，为空间智能的实现提供了更好的支持。然而，要实现高级的空间智能，还需要解决许多技术难题，如准确感知和理解复杂的三维空间环境、高效进行空间数据的处理和存储等。

常指的是利用计算机技术来处理和理解三维空间中的数据，它强调的是计算过程和技术，比如苹果公司的VisionPro可能侧重于硬件和软件的结合，提供更加沉浸式的用户体验。而空间智能则更侧重于AI的认知能力，即如何让机器理解、学习和推理空间信息。可以说，空间智能是空间计算的一个子集或更高级别的应用，它需要空间计算提供的技术支持，但更加强调AI的认知和决策能力。

天使投资人、资深人工智能专家郭涛认为，空间计算和空间智能虽然在某些方面有重叠，但它们的侧重点不同。空间计算通