

认知智能 满足购物个性化

受访者 留学美国

阿里巴巴资深算法专家杨红霞



杨红霞(右二)与团队成员在讨论技术细节。

“双11”期间，天猫新品大约有4000万件，个性化推荐体系为来自2000余条产业带、30余万外贸工厂大量新商家的新品，创造了更多触达消费者的机会。相关智能模型每天要进行数万亿次参数变化，包含较为创新的图神经网络计算体系，这正是杨红霞带领自己团队所做的算法研究。

在美国杜克大学拿到博士学位后，杨红霞先入职IBM全球研发中心，之后入职雅虎公司。2016年，她结束在美近10年的留学及工作来到杭州，加入阿里巴巴集团。借助认知智能的算法体系架构，她与团队希望从消费者、新品和商家三个维度“破圈”，从而让手机淘宝的生态变得更好。

“破圈”，从技术层面来看极具挑战性。据杨红霞介绍，认知智能包含3个层次：一是全域知识表征层，通过涵盖了数十亿商品的电商知识图谱来实现个性化推荐；二是依托超大规模图神经网络进行“云”“端”（云与手机端）协同，从千人千面升级为千人千“模”；三是用户的交互层，通过短视频、直播等多媒体形式，让更好的新品商家得以浮现，同时也能帮助消费者做出决策。

曾有人预测过消费者在未来的主要购物模式会逐渐从搜索转为推荐——并不是自己搜索

购物，而是被推荐购物。不论是亲朋好友推荐、主播带货推荐、抑或是商品页面的诸多短视频推荐，本质相似，这种购买模式正在重塑人们的消费习惯。

杨红霞举例说：“消费者下单了一台大容量电冰箱，我们通过知识图谱去看，这台冰箱的场景分类属于厨房专用，由容量偏大推断家中人口较多，按照个性化需求算法会推荐厨房其他配套家电，比如大容量电饭煲、大容量洗碗机，或者是一些冰箱内置配件，以更好地满足消费者需求。”借助阿里巴巴集团打造的世界领先规模的电商知识图谱，能够帮助团队进一步层次化地理解消费者意图。

今年“双11”也被看作是“云上”第一年，杨红霞团队希望云原生的产品技术能够更加深入，提高研发迭代效率。“我们已经帮助超90%的商家订单做了全链路压测，让他们可以稳定发货、稳定推荐给消费者。”

今年激增的流量，也给杨红霞团队保障技术的稳定性带来了更多挑战，“1号”与“11号”的双峰段，给建模提出了更高要求。“‘双11’期间确实会更紧张、节奏更紧凑，但我们仍希望更高效地匹配人、货、场，让商家在‘双11’中得到更多红利、让消费者逛得更爽。”杨红霞说。

选品把关 消费者放心省心又开心

受访者 留学美国

京东零售时尚事业部整合营销负责人王梓名

临近中午12点，位于北京亦庄的京东总部，“双11”的热闹气氛在这里随处可见。对于这里的许多工作者来说，“双11”早已从一个购物节变为真正的节日，他们是消费者，也是平台搭建者。“双11”仿佛一场盛大的派对，大屏幕上滚动出现一个个令人振奋的数字，引得大家阵阵欢呼。

今年“双11”对于王梓名来说有着比往年更重要的意义，他的工作职责发生了变化，需要迎接新的压力与挑战。他要整体负责时尚事业部的营销工作，把握好节奏，制定部门“双11”期间的具体玩法。

在此之前，他主要聚焦于某一细分行业和品类，像今年这般挑起重担，负责整个事业部，还是第一次。

2016年，王梓名从美国罗切斯特大学硕士毕业回国，成为京东集团的一名管培生。面试那天颇具几分戏剧性，1月15日，从美国回来的航班刚刚落地，他就接到了面试电话，带着四五个托运回国的行李箱前往面试现场。路上，还从箱子里拿出一身西服，换下了身上的运动服与牛仔

裤。穿越大半个北京城、顶着一脑门汗珠终于推开房门的时候，京东的面面试官正耐心等待……

身处采购部门，每一次购物促销活动都堪称一次团队作战“大练兵”，从活动前期制定主题、方案成形，到后期搭建会场页面、整合资源、挑选货品，再到最后呈现到消费者面前，每一个环节都不容有失。

大家的工位旁摆着不少商家邮寄来的货品，王梓名告诉记者，今年的“双11”，团队对于货品质量的管理更进一层，大家希望将质量好、服务好的产品带给消费者。“今年的产品把关更加严格，即便产品海量，但进入到主会场的每一个我们都会精挑细选。”

每年尝试不同玩法，主推不同产品，每一次都会带来新体验。11月1日，第一波促销活动启幕后，王梓名与团队会在几天之内快速复盘，总结运营中的优势与不足，然后及时调整，为第二波促销做好铺垫。

“消费者想要的东西到底是什么？”这个问题时刻萦绕在运营团队成员的脑海中，却很难得到一个放之四海而皆准的答案。

原本以为会有良好效果的新玩法、新货品、新主题，面世后消费者却并不买账，实际销售效果不佳。为什么不买账？因为货品本身？因为主题？因为触达方式？王梓名和同事一次次进行逐层下载与分析，不断修正消费者画像。

“电商平台的意义，就在于它能够搭建起商家与消费者之间的桥梁，拓展商家销售渠道，保证商品质量，缩短购物空间与时间，顾客买得‘放心、省心又开心’，我认为这才是电商平台最核心的价值所在。”王梓名说。

王梓名(左)正在与同事确认“双11”期间的活动细节。

本报记者 孙亚慧 摄



“双11”，海归在一线！

本报记者 孙亚慧

今年，“双11”购物节已经走过12个年头，它不仅是线上线下的重要促销节点，更是疫情之下观察中国消费市场的重要窗口。“买买买”的轨迹遍及全球，协同产业链上下游的生产制造、物流、客户服务等商业参与者，将世界各地的品牌汇集于此。

新需求催生新玩法、新产品带来新体验，数字经济正深刻影响着人们的消费习惯、购物方式，内需潜力也得以

不断释放，为促进国内大循环增添动能。

商品顺利送达消费者手中，只是这个电商造节盛宴拼图里的最后一块拼图，这之前的每一个环节背后都凝聚着电商平台里许许多多人的努力，“双11”于他们而言更多一层意味。

近日，本报记者专访了4位工作内容与“双11”相关的海归，听他们讲述购物节中那些不为人知的故事。

打开手机 买遍全球

物流通达 全球货品“买买买”

受访者 留学新西兰

菜鸟全球供应链国际货运负责人李敏

7月底，李敏与团队成员就已经开启了今年的“双11”备战之路。他毕业于新西兰奥克兰大学，此前曾在全球知名快递物流DHL担任高级运营经理。

“双11”期间，他的团队要帮助天猫国际完成商家的海外备货工作，让消费者可以畅快“买买买”，安心做个收货人。

备货是头阵，但疫情之下，今年的海外备货与往年相比不确定因素显著增加，给物流团队增加了不少挑战。“空运所受影响相对较小，海运受影响较大——航班、航线明显减少，时效和准点率也受到波及，同时影响了整体运输时长。”李敏说。

商品需要在8月底发货，商家如果参加“双11”预售时间会更紧。为了让商家能有更充足的时间备货，物流团队帮商家延长了最晚到港时间，比往年9月底到港的时间延后15天，可以在10月13日到港，通过菜鸟头程服务来缩减之后由港到仓的流程，商家的资金压力也会减少，成本随之降低。除此之外，菜鸟还推出了与往年相比力度更大的商家补贴，以减免海运、空运费。

一批批货物运抵到港，一件件海外商品从这里走向千家万户。李敏告诉记者，今年天猫国际又新增了一两千个商家，他们第一次参加“双11”，之前并没有海外发货经验，在备货沟通上存在

问题。出口申报需要什么资料？落到产品类别里中国的管控有哪些具体要求？……这些令新商家一头雾水的问题都需要李敏与团队去协助处理。

过去两个多月里，李敏团队很大一部分精力花费在帮助中小商家处理突发情况，“只要货物没有问题，我们会尽可能引导商家提高整体配货速度，避免出现异常情况。”包括海运提单、提供出口报关资质等，李敏团队都会提供指导，努力保障商家的备货体验顺畅，减少商家损失。

同时需要解决的还有运输过程中的信息滞后。货代公司反馈给菜鸟的货品异常信息并不及时，这就会影响到备货上架。甚至，有时船舶在快要到达国内港口时，临时调整航线，货物擦肩而过前往另一个港口，这些都需要头程服务团队根据不同的船运公司，追踪航线最新情况，调整备选方案，保障商家货品按时上架。

这支团队有过不少“使命必达”的高光时刻。今年年初，他们就曾经受过更严峻的考验。彼时，新冠肺炎疫情刚刚爆发，李敏与团队接到了一项特殊任务——完成海外防疫物资捐赠。

那时，国外医疗物资接收政策在不断变化，海外运输充满不确定性，他们需要打通菜鸟绿色通道，确保物资顺利送达。

从接受任务到物资运抵国外，总共用了不到48小时。十万火急的任务最终顺利完成，李敏说，那是在物流从业这些年来最骄傲的时刻。

五年“双11”创业脚步更从容

受访者 留学澳大利亚

淘宝店铺店主陈小颖



陈小颖和王凯正在做网店直播前的准备工作。(本版照片除署名外均由受访者提供)

2015年，陈小颖和丈夫王凯经历了人生中第一个卖家视角的“双11”购物节。那年，俩人紧张到睡不着觉，“第一次体验到了一天之中能做一个月生意的感觉，脚不沾地连轴转，恨不得一分钟掰成八瓣用。”

手忙脚乱之中，快递都来不及包，夫妻俩俩上身边的亲戚朋友一起出动，全都跑去仓库打包。如今，回想起5年前的慌乱、紧迫、笑中带泪……那一幕幕仿佛就在眼前。

陈小颖和王凯在澳大利亚共同度过了从高中到大学的时光，那时，陈小颖已开始认真经营自己的微博和博客，积累了不少粉丝，王凯帮她拍照。2012年，俩人一起回国，凭借多年的粉丝积累，来找陈小颖合作的品牌和商家也越来越多，俩人便动了创业开网店的念头。

学了多年服装设计的陈小颖，终于在主营女装的网店“Jupiter”里上架了自己的设计作品，她负责设计和理念，王凯负责管理和统筹，“我们想通过每一件衣服来传递一种生活方式，‘漂亮的衣服千篇一律，有趣的灵魂每个不同’，我会把自己的想法融入到设计的衣服里，去寻找知音、寻找那个懂得欣赏我设计的人。”

创业路上，陈小颖也在试着与自己“和解”，因为身为设计师的天马行空的创意，有时并不会与消费者的需求相契合，她曾把自己所有设计过的衣服都放入店中销售，但销量冷清。她说，这像是“理想”与“面包”的平衡，也是设计师在面对市场时的又一次成长。

“脚踏实地地干好每一件事才会离自己的梦想更近一步。用我老公的话

来说，对海归创业来讲，最重要的就是不要好高骛远，小事不想做、大事做不了。”设计、销售、发货、售后，网店经营中的每一个环节陈小颖都亲力亲为，“什么都懂，什么都要精。开个公司当老板这不叫创业，一个人把全公司所有岗位都做一遍，从中找到问题再解决问题，还得带着自己的团队一起进步，这才叫创业！”

今年的“双11”，陈小颖已经做了许多场直播活动，她很看重同粉丝的互动，店里回头客众多。经历了这几年的创业，她变得更从容、也更得心应手，面对如今“双11”期间的大量订单，团队也有了丰富的处理经验，更加高效。

对比几年前“双11”期间的物流处理速度，陈小颖感触很深。2015年，她自己就遭遇过几次物流公司仓库“爆仓”，有的顾客快1个月了还没收到她寄出的衣服，“最后连快递公司都不知道衣服去哪儿了”，直令卖家买家都叫苦不迭。

而现在，她再也不用为仓储和物流操心，只需要考虑怎样为店内产品打开更多销路。“‘双11’物流一次比一次好，快递成本也更低。我们寄出的快递顾客两三天就能收到。托精准大数据的福，我们现在大致都能清楚该备多少货，可以提前做好规划。”陈小颖说。

这个“双11”，她与丈夫依然依旧忙碌，但忙得有条不紊、井然有序，她的顾客可以在最短时间内拿到“双11”下单的商品，每一件衣服背后，是一位年轻的设计师向世界表达的创意，和一对年轻的创业海归想对支持自己品牌的消费者表达的心意。



通过菜鸟的跨境电商货物直航专线，海外物流体系得以进一步保障。