



麒典 AI

QIDIAN INTELLIGENT TECHNOLOGY

INDUSTRY AI SOLUTION · RETAIL & ECOMMERCE

# 商贸零售电商 AI 解决方案

从商品、客户、订单到库存，把 AI 接进真实交易与履约闭环。

先跑通一个品类、门店、渠道或高频任务，再把数据、规则、系统与运营机制复制到更多业务线。

# 先做一个能验收的交易闭环

零售不缺工具，缺的是商品、客户、订单、库存、门店与履约真正跑在同一条链上

麒典不建议从“AI 内容工厂”或“全自动客服”开始。更稳妥的路径，是选择一个高频、损失明确、数据可取得、负责人清楚的任务，把事实源、业务规则、AI 建议、人工确认、系统动作和结果验收做成最小闭环。

为什么选择麒典：差异不在“会接一个模型”，而在同时完成业务诊断、真相源治理、人机责任设计、异常与失败测试、分级写回和可回退交付。平台通用能力可以复用，但品类规则、客户系统、证据链和验收账必须按真实任务非标落成。

前端多卖，后端必须交得出来

没有真实商品、价格、库存、配送和售后规则的智能导购，最终会把错误承诺、缺货和投诉推给客服、门店与消费者。

|                                                         |                                                          |                                                            |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| <div>01</div> <div>一个任务</div> <div>品类、门店、渠道或高频动作。</div> | <div>02</div> <div>一套基线</div> <div>商品、客户、订单、库存与规则。</div> | <div>03</div> <div>一组硬闸</div> <div>错价、缺货、越权、失败与人工接管。</div> |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|

第一阶段拿到：数据与规则目录、质量报告、权限与承诺边界、可回放原型、正常/异常/失败测试记录，以及双方确认的验收门槛。

Go / No-Go：任务有负责人、样本可合法使用、真相源可确认、人工红线可执行、验收口径能共同签字才进入原型；任何一项缺失，先补条件或停止投入。

启动量级预判：单场景、单真相源、只读验证为轻量；跨系统、含审批或有限写回为中量；多主体、多渠道、高风险动作与生产写回为重量。首次研判输出范围、接口、双方人力、周期、风险和验收清单，再按实际工作量形成非标报价。

不从模型采购开始：先回答商品事实来自哪里、哪些动作可写回、谁能改价退款、失败后订单怎样保住、价值怎样归因。

# AI 必须进入整条经营链

从供给到复购，每一段都有真相源、责任岗位、系统动作和验收指标



## 一张图只有一个方向

客户动作向右形成交易与履约；经营反馈从结果回到证据、任务和规则。AI 只在有真相源、有责任人、有失败出口的位置进入。

统一原则：推荐不等于承诺，预测不等于采购，内容不等于可发布，异常相关性不等于经营原因。

# 五类一手依据，落到五条规则

政策与官方案例用于方法参照，不是麒典客户成果

## 零售创新与全渠道政策

政策要求场景、供给、数字、业态与供应链协同，因此方案采用一条经营链与线上线下一账，而不是孤立工具。[商务部原文](#)

## 交易、数据与生成式 AI 合规规则

监管要求交易留痕、权利保障、合法处理、内容标识与分类治理，因此商品事实、画像、生成内容和写回均设置授权、审阅与审计。[交易](#) | [广告](#) | [个保](#) | [数安](#) | [生成式 AI](#) | [算法推荐](#) | [深度合成](#)

## Walmart Wally、员工工具与供应链 AI（第三方产品/实践，方法参照）

官方实践强调零售语义、员工协同与实时供给，因此方案把 AI 放进岗位任务并保留人工责任。[Wally](#) | [供应链](#)

## Amazon Rufus（第三方产品，方法参照）

官方技术说明以目录与检索信息支撑购物问答，因此导购先核商品事实，再解释推荐理由。[AWS 原文](#)

## Shopify Sidekick（第三方产品，方法参照）

官方说明强调店铺上下文与商家审阅，因此方案采用分级读写，关键变更不由模型自行决定。[Shopify Help](#)

**查阅日期：**以上独立官方页面均于 2026-07-12 核对，末页仅重复列出政策索引。**由依据形成的五条规则：**真实商品优先；线上线下一账；读写分级；重大价格库存承诺人工确认；持续用订单、履约、退换与投诉反馈迭代。

# 八类高价值业务场景

从真实任务进入：谁使用、依据什么、系统输出什么、最后由谁负责

|                                                                                                 |                                                                                                 |                                                                                               |                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>商品知识与内容</b></p> <p>把散乱版本汇成事实库，草稿经合规审核后发布。</p> <p>闭环：发布内容可追到商品版本与审批人</p> <p>责任：商品 / 品牌</p> | <p><b>智能导购与客服</b></p> <p>先澄清需求并核对事实，高风险承诺及时转人工。</p> <p>闭环：推荐理由可核，风险承诺交给人工</p> <p>责任：销售 / 客服</p> | <p><b>会员与私域</b></p> <p>在合法授权下分群，以权益、频控和退订保护选择。</p> <p>闭环：每次触达可解释、可停止、可追溯</p> <p>责任：会员运营</p>   | <p><b>营销与投放</b></p> <p>让内容、审核、预算、投放与复盘使用同一口径。</p> <p>闭环：素材、审批、投放与经营反馈同账</p> <p>责任：市场 / 品牌</p> |
| <p><b>门店与一线</b></p> <p>把难查规则变成现场指导，把异常变成整改任务。</p> <p>闭环：异常形成责任任务并回写复盘</p> <p>责任：店长 / 督导</p>     | <p><b>预测与补货</b></p> <p>给出需求区间、驱动因素和风险，采购审批后执行。</p> <p>闭环：建议带依据，采购审批后才执行</p> <p>责任：采购 / 计划</p>   | <p><b>履约与售后</b></p> <p>汇总订单事实，按权限完成审批、处置与客户回访。</p> <p>闭环：订单状态、处置与客户反馈一致</p> <p>责任：履约 / 售后</p> | <p><b>经营分析</b></p> <p>从指标异常下钻证据，形成待核假设和责任任务。</p> <p>闭环：从指标异常下钻到证据与责任动作</p> <p>责任：业务负责人</p>    |

## 不是所有场景都需要大模型

价格和资格常由规则校验，补货需要预测与优化，门店巡检可能用视觉，导购与知识问答适合检索增强；页面会聊天不等于经营闭环。

不做：虚构商品功效、猜测库存到货、自动改价退款、画像歧视、隐瞒退换权利、无人审核发布广告、把相关性写成经营原因。

# 商品知识、内容与导购

模型不记商品，系统读取商品；每一次推荐都要回到真实规格、价格、库存与适用条件

|                               |                                 |                               |                               |                             |
|-------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| <b>需求澄清</b><br>场景、预算、偏好、约束与禁忌 | <b>商品筛选</b><br>SKU/SPU、属性、适用与资质 | <b>事实核对</b><br>价格、库存、活动、配送与售后 | <b>对比解释</b><br>推荐理由、差异、不确定与替代 | <b>客户决定</b><br>下单、收藏、到店或转人工 |
|-------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|

|                                                            |                                                                  |
|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| <b>商品事实库</b><br>规格、成分/材质、资质、图片、价格、库存、渠道、版本、适用条件和售后从权威系统读取。 | <b>内容生产链</b><br>事实字段 → 草稿 → 功效/极限词/版权/平台检查 → 人工批准 → 发布留痕 → 更正撤回。 |
|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|

## 端到端走查示例：某家电 SKU

客户提出使用空间、预算与安装限制 → 系统读取规格、实时价格、可售库存、配送与售后 → 给出可核对比和替代项 → 客户下单或转人工 → 履约异常回到订单证据 → 责任人处置并把结果回写规则与知识。价值不在“回答一次”，而在减少重复查找、错误承诺和跨部门断点。

**高风险品类：**健康、食品、未成年人、金融和烟酒等增加资质、广告、年龄与人工审核；本方案不以敏感品类作为公开获客卖点。

**集中闸口：**健康/食品核资质与功效证据；烟酒核年龄与渠道；金融核适当性与持牌边界；未成年人核监护、内容和数据最小化。任一闸口缺失，停止生成、推荐或发布并转人工。

缺少价格、库存、规格或适用条件时不猜；展示缺口、给出可核入口或转人工。守住事实后，导购、客服与内容团队可共用一份商品口径，减少重复查找与错误承诺。

# 客服、会员与私域承接

高频问题可自动，权益、退款、投诉和个性化触达必须守住权限与消费者选择

## 客服链

身份/订单校验 → 问题分类 → 商品/订单/规则检索 → 回答或动作草稿 → 风险判断 → 人工确认/转接 → 工单 → 回访与知识更新

## 会员链

合法来源与授权 → 标签/事件 → 分群 → 内容与权益草稿 → 频控与退订 → 审核/规则执行 → 效果与投诉复盘

### CONTROL

#### 可识别、可转人工

说明 AI 身份，复杂问题和高风险动作明确转接。

### CHOICE

#### 可退订、可申诉

营销频控、退订、信息更正和投诉路径清楚。

### EVIDENCE

#### 有来源、有记录

回复依据、规则版本、人工决定和后续结果可追溯。

会员频控口径：先核同意与退订状态，再按会员、渠道、活动、时间窗和触达次数去重；高风险客诉或连续无响应自动停止并转人工。

不凭画像歧视定价，不隐藏消费者权利，不诱导过度消费，不在用户拒绝后持续骚扰。守住选择权后，运营可把精力转向真正有响应的客户与服务任务。

# 营销增长先有事实与合规底盘

内容快不是目标，能持续产生合规、可归因、能撤回的有效触达才是



|    |                                   |
|----|-----------------------------------|
| 归因 | 自然/付费流量、价格、促销、渠道、库存与履约分账，不只看曝光点击。 |
| 预算 | 设上限、审批、异常告警与自动暂停，模型不能无限增加预算。      |
| 证据 | 素材来源、商品依据、审核人、投放记录、修改与投诉完整保留。     |
| 失败 | 事实源或审核服务不可用时停止自动发布，保留上一批准版本。      |



# 门店、一线与全渠道协同

总部看标准和异常，门店看任务和证据；线上、门店、仓库与到家共享一份经营真相

|                                                                              |                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <div><div>员工助手</div><div>查询商品位置、活动规则、库存、操作指南和任务；复杂投诉、折扣与例外转授权岗位。</div></div> | <div><div>巡检协同</div><div>结合图片、POS、库存和活动清单形成待核异常、证据与整改任务，不凭单张图片处罚员工。</div></div>      |
| <div><div>全渠道库存</div><div>线上、门店、仓库、到家和自提共享可售、锁定、在途与安全库存口径。</div></div>       | <div><div>主体与门店权限</div><div>按法人、品牌、门店、岗位和目的授权；共享 AI 能力不等于共享全部客户、价格与财务数据。</div></div> |

全渠道可售口径裁决

实物库存 – 已锁定 – 质检/异常隔离 – 安全库存 + 可确认在途；平台、门店、WMS 数字冲突时，以已确认真相源和更新时间为准，未裁决前不承诺到货。

门店排名、员工评价和异常归责不得只依赖模型结果；必须展示样本、规则、可申诉路径和人工复核。

# 需求、补货、订单与履约

预测给区间和风险，岗位作采购与调拨决定；售后建议必须守住消费者权利和审批权限

| INPUT                                                | OUTPUT                                               | OWNER                                           |
|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| <p>需求基线</p> <p>销量、价格、促销、节假日、天气、渠道、生命周期、缺货、退货和异常。</p> | <p>建议与解释</p> <p>预测区间、驱动因素、异常数据、补货建议、资金占用和缺货滞销风险。</p> | <p>人工责任</p> <p>采购、补货、调拨、下架、改价和供应商承诺由授权岗位确认。</p> |

## 订单异常链

支付 → 库存锁定 → 拣配 → 发货 → 物流 → 签收 → 退换货；系统输出原因摘要、客户沟通和处理建议，退款、补偿、拒绝与特殊承诺按权限审批。

促销冲突处置：依次核资格、互斥/叠加、渠道与时段、库存与预算，再生成订单预览；规则冲突或预算不足时停止承诺，交由活动负责人裁决并记录版本。

| 失败类型     | 受控行为                |
|----------|---------------------|
| 预测模型不可用  | 退回规则与安全库存基线，停止自动建议  |
| 库存/价格源失效 | 停止承诺，保留查询证据并转人工     |
| 写回失败     | 幂等重试、补偿、告警，不重复下单或退款 |
| 物流/支付异常  | 保留订单状态，以真实平台回执为准    |

# 从现有交易系统上生长

不为 AI 推倒重建电商平台、POS、ERP 或 CRM，而是增加可治理的智能协同层

|          |                                            |
|----------|--------------------------------------------|
| 经营目标与责任层 | 品类、渠道、门店、体验、利润、风险与验收                       |
| 业务应用层    | 商品、内容、导购、客服、会员、营销、巡检、补货、履约、售后与经营           |
| AI 与规则层  | 大模型、推荐、预测、视觉、规则、优化、工作流与工具调用                |
| 数据与知识层   | 商品、客户、订单、库存、价格、活动、内容、门店、供应商与政策             |
| 集成层      | 电商平台、POS、ERP、WMS、OMS、CRM/CDP、企微、支付、物流与广告平台 |
| 安全运营层    | 身份、权限、同意、脱敏、日志、生成内容标识、适用性评估/备案核验、限流、降级与回退  |

|                                                             |                                                             |                                                             |
|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <div>L1</div> <div>只读分析</div> <div>历史数据、报表和资料，不写生产系统。</div> | <div>L2</div> <div>草稿与建议</div> <div>内容、回复、补货与任务由人员确认。</div> | <div>L3</div> <div>审批后写回</div> <div>权限、幂等、审计和回退通过后开放。</div> |
|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|

真相源原则：一个数据项只认一个业务系统：价格认定价/ERP，库存认可售库存/WMS，订单认交易/OMS；AI 层不另造一套账。

上线合规闸：先判断是企业内部工具还是面向公众的生成式 AI / 算法推荐 / 深度合成服务；属于适用范围的，上线前完成所需安全评估、算法备案、生成内容标识和变更管理，不以“用了大模型”一概替代适用性判断。

# 每一步都能停、能验、能退

不报脱离品类、渠道、平台和数据现状的固定周期

## 01

### 诊断与排序

价值、数据、风险、责任与首个任务。

产物：场景与边界

## 02

### 数据规则基线

商品、客户、订单、库存、价格和规则。

产物：目录与质量报告

## 03

### 只读原型

历史回放、建议、引用和人工节点。

产物：原型与回放

## 04

### 异常失败测试

错价、缺货、越权、诱导、接口与人工拒绝。

产物：测试与整改

## 05

### 并行试运行

新旧流程同跑，记录差异、采纳与投诉。

产物：试运行记录

## 06

### 写回与运营

按权限开放，持续监测、回退与复制。

产物：上线与运营手册

## 先证明“不会乱说、乱价、乱扣、乱退”，再证明“能增长”

商品事实缺失、库存不同步、活动冲突、平台限流、支付失败、错误推荐和客户拒绝都必须进入测试。

**数据质量门槛：**校验主键唯一、必填字段完整、枚举与格式有效、跨系统口径一致；冲突按已确认真相源和业务责任人裁决，未裁决数据不进入自动动作。

**双方分工：**麒典负责诊断、目录/质量报告、原型、异常测试与技术运行记录；客户业务负责人确认事实、规则、样本与验收，IT/数据负责人确认接口、权限和生产写回，法务/合规确认广告、隐私与消费者权益红线。

**成功判定样例：**所有输出能回到批准的商品/订单/库存/规则来源；越权动作均被拦截；资料缺失和接口失败能停下并转人工；测试记录、人工决定与最终状态可追溯。四项同时满足才进入下一阶段。

**可执行回退：**上线前固化上一批准版本的规则、提示、模型、接口、数据映射与配置快照；触发阈值后先锁写、切回稳定版本、保留待处理队列并告警，恢复前必须完成回放与责任人批准。

# 验收不看演示效果

客户、商品、营销、履约、系统和经营六账分开，增长先写归因再填数字

| 维度   | 必须验证的内容                    |
|------|----------------------------|
| 客户体验 | 问题解决、转人工、响应、投诉、退换和客户选择     |
| 商品内容 | 事实、版本、资质、版权、平台规则、错误撤回      |
| 营销会员 | 触达、频控、退订、投诉、归因、预算和人工审核     |
| 订单履约 | 库存、承诺、支付、发货、物流、退换和异常补偿     |
| 系统安全 | 权限、隐私、接口、并发、超时、幂等、日志、降级与回退 |
| 经营运营 | 基线、样本、成本、采纳、管理员、知识更新和模型漂移  |

### 体验价值

咨询、等待、转人工、投诉、退换与客户选择变化

### 转化价值

同流量同品类下有效咨询、下单、取消与退款变化

### 履约价值

缺货、错发、延迟、补偿、库存占用和周转变化

### 经营价值

分析、处理、复盘、采纳和跨部门闭环变化

**成功/失败读法：**先锁定基线和不可恶化项；若核心任务更快闭环且错误承诺、投诉、缺货、退款或人工返工未恶化，才进入扩大验证；若任一红线恶化、差异无法归因或样本不足，则判为未通过并回退，不用单个漂亮指标掩盖代价。

没有基线、样本量、统计周期、数据来源和责任部门确认，不对外承诺百分比、GMV、ROI 或回收期。

**价值归因：**采用同品类/门店/渠道、同口径、同期或平行对照，剔除价格、促销、季节、流量结构、库存和供应变化；由业务、财务、数据和客服/履约共同确认。

# 安全控制与当前证据

只讲已形成的专项方案和受控 Demo，不拿生成型营销材料或样板数字冒充客户结果

|                                                                                  |                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>珠宝零售专项方案</b></p> <p>模块设计、业务流程与场景清单可提供脱敏目录，当面核对覆盖边界；匿名展示，不宣称签约、上线或经营结果。</p> | <p><b>双主体供应链方案</b></p> <p>模块设计、流程图与主体隔离规则可提供脱敏目录，当面核对责任边界；匿名展示，不宣称部署结果。</p>      |
| <p><b>高端礼赠专项方案</b></p> <p>模块设计、流程与合规边界清单可提供脱敏目录；不宣传敏感品类，不宣称经营结果。</p>             | <p><b>三项受控 Demo</b></p> <p>知识版本、客户机会和经营异常闭环可在受控环境当面演示，并核对交互样板与测试记录；不是零售生产系统。</p> |

**NDA 下可核证物目录：**模块清单 | 流程图 | 角色权限与主体隔离矩阵 | 规则/真相源映射 | 交互样板 | 正常、异常、失败与回退用例索引。受控 Demo 可现场核对知识版本回溯、机会状态流转、异常触发—分派—复核—回退三条过程链；这些是过程证据，不是客户经营结果。

|       |                                  |
|-------|----------------------------------|
| 交易责任  | 价格、库存、折扣、采购、退款、补偿和客户承诺不由未授权模型执行。 |
| 内容与隐私 | 商品广告有事实与审核；客户数据最小必要、可退订、可申诉。     |
| 失败与恢复 | 事实源或模型不可用时停止自动动作，保留订单状态并转人工。     |
| 完整审计  | 记录来源、版本、建议、人工决定、写回、投诉、更正和撤回。     |

历史电商 11—18 和若干零售样板缺少独立原件，原金额、周期、增长率、满意度和 ROI 数字全部不进入本方案。

# 从一个真实任务开始

带来品类、门店、渠道、样本、责任人和边界，先完成一次能验收的最小验证

## 真实任务

高频发生、人工负担重、影响交易或履约。

## 真实样本

商品、订单、库存、活动、客服或门店资料。

## 业务负责人

能确认事实、规则、例外、授权与验收结果。

## 自动化边界

哪些只建议，哪些可写回，何时必须停止。



## 立即扫码：发送一个真实任务

获取会前自检清单并预约首次项目研判。先判断任务值不值得做、数据与平台是否具备条件、边界和最小验证怎样设计。

商务联系：叶玉浩 | 扫码添加商务微信

沈阳麒典智能科技有限公司 | 辽宁省沈阳市浑南区  
统一社会信用代码：91210103MAKFYD5347

**会前准备清单：**一个高频任务 | 一组脱敏样本 | 现有系统与接口 | 业务负责人 | 不可自动执行的红线 | 当前基线与验收口径。资料不全也可先做缺口诊断。

**首个合作交付：**商品/客户/订单/库存/规则目录，数据质量报告，权限与承诺边界，可回放原型，正常/异常/失败测试记录和双方确认的验收门槛。第一阶段只读，不改生产系统。

**非标合作结构：**首次研判 → 范围与责任确认 → 非标方案/受控验证 → 分阶段交付。报价按任务范围、数据条件、系统集成、风险与验收要求单项目确认，不提供标准套餐或公开固定价。

**一手依据（均查阅于 2026-07-12）：**[零售创新方案](#)；[网络交易](#)；[互联网广告](#)；[个保法](#)；[数安法](#)；[生成式 AI 暂行办法](#)；[算法推荐规定](#)；[深度合成规定](#)。第三方产品页见第4页。

政策、监管与第三方产品只用于方法参照；不替代麒典客户项目、上线或经营成效证据。