如今，随着新一轮的AIGC技术浪潮爆发，去中心化电商到了一个外部环境、技术条件、品牌需求都趋于成熟的时刻，新的浪潮即将爆发。

借助智能供应链操作系统，商品分发进入低门槛时代

需求出现后，就需要足够专业的行业解决方案。

我所在的一个购物社群中，有一位拿货和议价能力都极强的团长，经常能够拿到一些高端品牌的库存买断价，在群内很受欢迎。但由于缺乏好用的电商工具，货品清单经常是用Excel表格发的，支付则是微信转账。少了先进生产工具，沟通和下单的效率自然是不够高的。

这是很多团长和中小卖家的困境。要同时搞定流量、运营、供应链、客户管理，仅靠传统工具是非常困难的。电商去中心化的基础，就是要降低商品分发的门槛，让这部分团长和中小卖家们走出这种运营困境。

这就是梦饷科技正在做的事。

一方面，打通链接。

中心化电商链接的两端是消费者和商家，梦饷科技链接的两端则是品牌和流量主，包括个人店主、企业级流量主、团长、主播、海外流量主等，针对不同流量主的需求和特点，搭建了包括饷店、饷联盟、饷团、饷播在内的“5+X”的全域商品分发智能解决方案，用不同类型的分发者匹配商家不同生命周期商品，解决商家直接对接多位分发者时成本高、对接难、怕失控三大难点。

这种分发模式撬动的是更大的C端流量。成立以来，梦饷科技借助超百万店主的“鱼群爆发力”，已累计为2万多家海内外品牌销售了超7亿件商品。

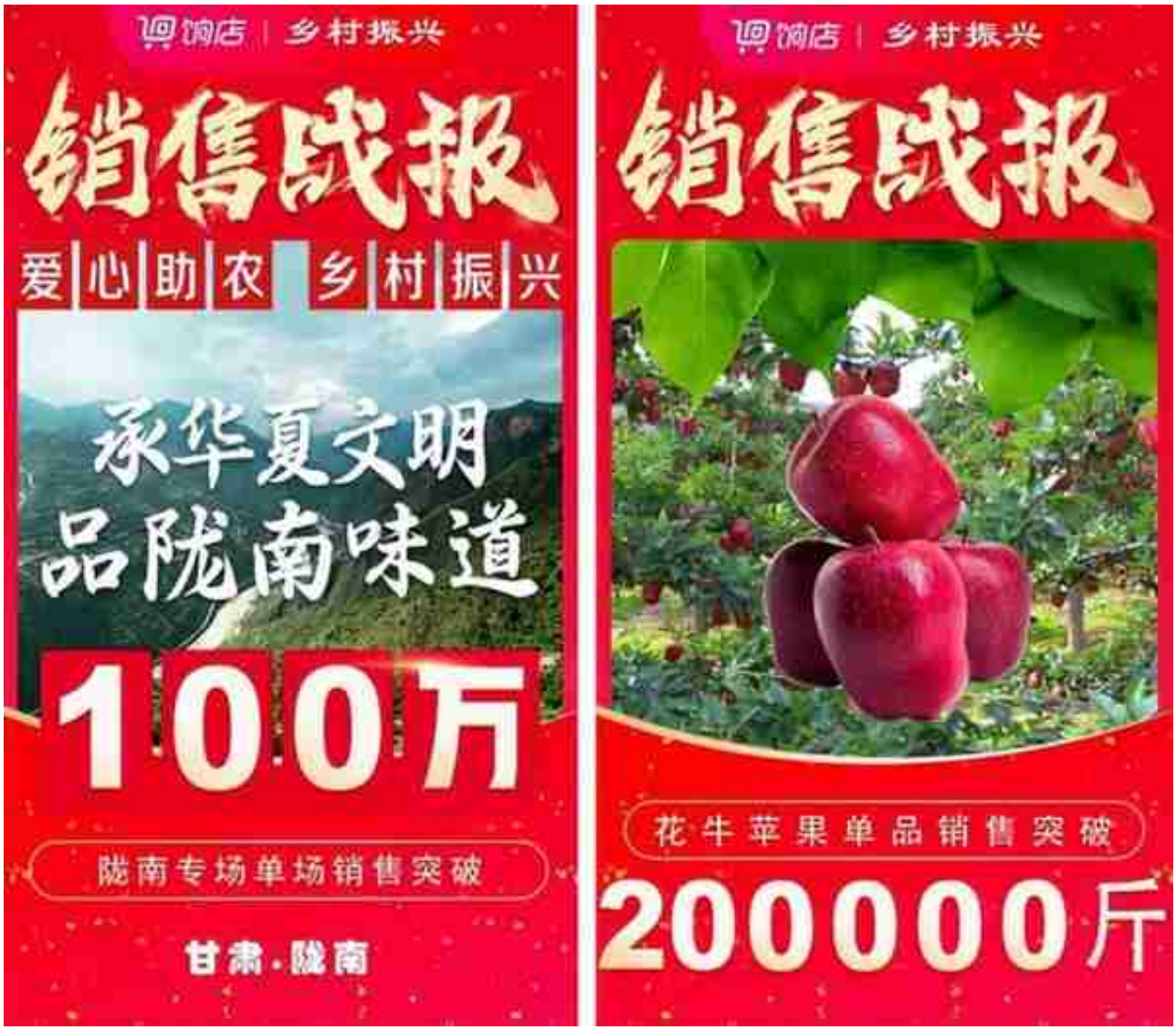
另一方面，开源，包括代码和流量的双开源。

在品牌侧，梦饷科技新发布的全案全域商品分发智能解决方案“梦饷家云平台”，进一步开启了B2R（Brands-to-Reseller）模式的低门槛时代。

由于系统已经细化到了各个具体的功能模块，商家可以实现“零基础”开设B2R分销旗舰店。在叠加AI技术后，还可以智能打标签和组货分货，筛选出哪些货适合常销、哪些货适合团购、哪些货适合主播，帮助商家制定运营策略。

在流量侧，则将梦饷科技过往沉淀的电商 SaaS 工具、供应链服务、私域运营标准作业流程（SOP）等能力进行分形，让一个个不同类型全域流量主都具备完善的卖货能力，变成可以卖货的“小电商平台”。

通过智能供应链操作系统，将品牌侧和流量侧打通，最终实现商品分发的低门槛和高效率。



在这个过程中，品牌同样是受益人。斯凯奇方面提供了一个数据，上次品牌游学，短短几天时间内，斯凯奇的微信搜索指数就涨了400%。

这背后的逻辑是，店主们为了自己的销量，会自发帮品牌去做内容和推广，并且只收取约定好的佣金，与品牌在其他平台找大主播合作所要支付的“广告费＋坑位费＋佣金”相比，这简直显得太过划算了。

所谓的品销一体，是天然存在于梦饷科技的模式里的。为了维护客户黏性，店主们也会全力筛选出自己认可的商品，反向督促平台、品牌提升货盘质量和服务能力，以保证消费者体验。

同时，围绕品牌商家的需求，梦饷科技还在不断帮助他们在经营上做减法。除了不断推出不同形式的玩法、工具、系统外，梦饷科技正在抓住AIGC在电商服务中落地的趋势和可能性，携手所有生态合作伙伴以及面向未来。

梦饷科技CTO曹均涛透露，
和互联网头部大厂一样，他们内部也有专门做创新性业务的“X实验室”，目前在探索的几个方向是AI模特图片生成、差异化素材创作、AI创作助手、聊天室导购等。

其中，基于大模型的文案创作，可能会在近期上线，帮助商家AI创作品牌介绍、商品卖点、历史好评等素材。模特图则是很多商家上新时的一个固定成本，既要约拍摄场地又要约模特，在时间和资金上都是不小的损耗，AI模特图片生成可以同时打破时间、空间和人的限制，帮助商家降本增效。

聊天室导购则处于内部测试阶段，未来希望可以让电商的售前、售中、售后全流程都在对话框内基于AI交互的方式去完成。

应用AI也是为了不断降低商品分发的门槛，“在分发路径中，商品的表达是很重要的，这正是AIGC可以提供帮助的地方”，曹均涛说。

作为商品分发的智能解决方案提供商，梦饷科技在不断改变传统的中心化电商玩法，通过降门槛和重新分利，构建起品牌、商品分发者、消费者和平台的新关系形态。如果去中心化电商会开启一个新的时代，有很大可能，梦饷科技就是那个在电商迭代中最终成功突围的范本。