



湖北工程学院宿管阿姨“摇滚乐队”：郑俊(贝斯)、曾庆丽(键盘)、李薇(主唱)、刘双清(架子鼓)、曾惠珍(吉他)。



# 燃爆高校毕业歌会 宿管阿姨组建摇滚乐队

## 宿管阿姨组建摇滚乐队 火力全开“嗨”翻全场

“喂喂喂，西区十九栋的熄灯了，还在搞莫斯(湖北方言：干什么)?”摇滚阿姨一开口，便引发学生们强烈“共鸣”。“这么‘卷’吗?宿管阿姨都唱摇滚，还是自创”“听到后面我真的哭了，像妈妈，像朋友，很生活!”“她会是今年全球最火宿管阿姨”……不少学生和网友在听后纷纷破防。

当晚的毕业歌会上，5名宿管阿姨明星范十足——朋克造型，气场十足，李薇担任主唱，郑俊负责贝斯，曾庆丽把控键盘，曾惠珍弹奏吉他，刘双清击打架子鼓。据了解，这首歌是由湖北工程学院的欧阳成修老师等师生历时1个多月共同创作而成，原创歌词修改了十余版。作曲借助AI工具生成，前后修改了七八版。主唱李薇接受华西都市报、封面新闻记者采访时说，这首歌虽然借助了AI辅助创作，但歌词都源于真实的生活场

景，比如“地上头发再不扫，我以为进了盘丝洞”等原创歌词，虽有夸张成分，但让人会心一笑。

46岁的李薇说，她之前在汽车4S店做销售工作，4年前才到学校做女生宿管。她们这几位宿管阿姨都不是专业歌手，但为了这次毕业晚会，经历了一个多月的声乐和舞台表演的突击训练，当天在舞台上的表演，更多是演绎这首歌曲。对于不少网友质疑她们对口型、假唱，李薇笑着说，其提前录制好歌曲是为了更好的舞台效果，“我本身很喜欢唱歌，很多类型的歌都会唱，像陈慧娴、邓丽君这些歌星的粤语歌都会。”李薇表示，自己当天也在放声歌唱，一些旁白也是自己在舞台上即兴讲的，“为了这次表演，我们和师生们熬了很多夜，歌词也是背得滚瓜烂熟的，如果真让我在现场演唱，我也能够唱得那么‘燃’!”

## 生活中扮演“妈妈”角色 与学生们结下深厚情谊

说起自己的工作，李薇坦言，其实宿管阿姨生活中就扮演学生“妈妈”的角色，学校也因势利导让宿舍管理员从保障生活的“看门人”变成立德树人的“育人者”，让她们上“讲台”给学生“讲课”。东区7栋的宿管员刘映红当“讲师”，手把手教同学们整理收纳、缝补衣物。刘映红从最简单的针法讲起，耐心示范如何钉扣子、缝开线，甚至教同学们如何用旧衣物改造实用小物件。“以前衣服扣子掉了要寄回家让妈妈缝，现在学生自己就能搞定。”同样走上“讲台”的，还有片区宿管负责人曾庆丽。她结合自身10年的工作经验，开设了安全用电与应急处理课程，将宿舍常见的违规电器隐患、火灾逃生技巧、突发疾病处置等内

容娓娓道来，用一个个真实案例让学生们意识到“安全无小事”。

正是这一堂堂生动的“生活课”，让学生们与“生活讲师”——宿管阿姨们结下了深厚的情谊。“我们这些阿姨之所以上毕业歌会唱摇滚，就是送了一届又一届的学生毕业，心里舍不得!”李薇说，这首歌的歌词看似在吐槽学生们，其实凝结了很多不舍的情感在里面。宿管的工作本来就琐碎，涵盖着学生的衣食住行等后勤服务，希望通过这样的表演形式表达对学生们不舍的情感，也祝愿学生们踏入社会能一帆风顺，有坚强面对未来生活的勇气和力量!

华西都市报-封面新闻记者 罗暄  
湖北工程学院党委宣传部供图



主唱李薇

“要是受了委屈，买张车票回来，阿姨给你留着汤……”6月14日晚，湖北孝感，湖北工程学院毕业歌会上，一支由5名宿管阿姨组成的摇滚乐队惊艳登场，一首《快去发光》为即将离校的毕业生送上一份特别的礼物。这支号称“湖工最拐”的铁面之王，不仅在生活中“收走学生的锅”，现场也用硬核的摇滚“嗨”音，将毕业歌会推向了高潮!

今年“618”购物节，AI嵌入多家电商平台，出现了不少新玩法、新模式，为消费注入全新活力。

在“AI+电商”深度融合的趋势下，如何推动AI技术从“用上”迈向“用好”，还有哪些短板亟待完善?

# “AI+电商”，如何点亮“618”

## AI开启“618”新模式

“帮我挑选一款黄色马克杯，有小猫图案，容量约300毫升。”输入指令后，千问推荐了电商平台上3款各具特色的产品，仅用时几秒。

今年“618”，一个新趋势正在浮现：AI工具正将消费者的决策起点从“搜索框”移至“对话框”，搭建起全新的购物入口。

今年4月，商务部等六部门发布的《关于更好服务实体经济 推进电子商务高质量发展的指导意见》提出，发展“人工智能+电商”，引导电商企业加强人工智能大模型等技术研发应用。

“618”前夕，千问与淘宝全面打通，用户既可在千问APP上完成淘宝商品的挑选、对比及下单购买，也可在淘宝APP中使用千问AI功能进行优惠计算等；豆包已接入抖音商城，用户可寻求购物建议并直接下单。

商务部研究院副研究员洪勇认为，长期来看，AI可能使电商竞争的底层逻辑从“流量竞争”转向“决策权竞争”。谁能成为消费者购买前的第一入口，谁就可能掌握更强的分发能力。

另一个重要趋势是，AI正深度融入电商消费的各个场景和环节。

淘天集团等发布的《AI重塑经营：2026中国电商AI应用白皮书》显示，AI技术正在以前所未有的速度渗透至各行各业，而电商作为AI落地最为成熟的商业场景之一，正成为这一增长浪潮中的受益领域。当前已在使用AI工具辅助经营的“淘系”商家占比约70%。

华泰证券研究报告提出，AI工具在今年“618”中加速普惠化，从营销、客服到直播、投放全面渗透，逐步从辅助工具升级为商家的经营基础设施。

京东免费开放十余款AI工具，覆盖选品、客服、直播、运营等环节，京东数字人“JoyStreamer”累计服务超7万商家；阿里妈妈“AI万相”超级经营智能体引擎首次全面落地“618”大促，帮助商家在内容生产、精准触达上实现提效……

“今年的京东‘618’将是首次全场景、全产业链融入AI的一届‘618’。”京东集团技术委员会主席曹鹏此前在发布会上表示，在产业端，AI技术将推动产业成本与效率的重大革新；在用户端，消费者将感受到AI技术在购物体验上的全面进化。

## 赋能买卖双方

“当我想买一件平时很少穿的颜色和款式的衣服时，我会使用电商平台的AI试穿功能，参考一下效果。”北京消费者王女士说，这类技术能有效帮助自己“避雷”，提高购物“成功率”。

如今，除了简单的价格比较，消费者更加注重消费体验。AI正为消费者带来更高效、更省心的决策方式。面向商家，AI能带来效率提升与更多获客可能。

今年“618”，借助AI商品运营功能，天猫店铺“图拉斯生活电器旗舰店”的商品运营效率提升了5倍，商品诊断优化时长从每周20小时缩短至4小时，竞品分析也从每周耗时16小时调整为AI定时生成报告。

“AI帮助我们店铺从繁琐的运营中释放人力，提高数据响应和经营决策效率，从而支撑店铺实现持续增长。”该店店长说。

《AI重塑经营：2026中国电商AI应用白皮书》显示，分别有64.78%、48.94%、43.38%的受访商家面临“营销内容生成效率低”“竞争激烈，差异化不足”“数据分析工作繁琐”的痛点。而AI能够帮助商家以更低成本进行新品创意生成、快速市场验证与数据驱动的选品决策，从“赌爆款”走向“测爆款”。

AI还能帮助商家更精确地锁定增量消费者。过去，卖电子锁的商家往往只盯着装修人群投放广告，但AI却发现，做美甲的女生因为指甲长、拿钥匙不便，也需要电子锁；在AI的建议下，成人纸尿裤的推广对象从老年人、患病群体延伸至户外运动爱好者、音乐节观众等……

“AI能把传统营销中‘理解关键词’的逻辑升级为‘理解意图’，深度拆解消费者问题背后的真实、潜在需求，帮助商家突破过往经验的限制，在复杂的消费环境中发现新的细分赛道与人群，从而将消费者的‘未言之需’转化为确定性的生意增量。”阿里妈妈市场部及商业化运营中心品牌业务总经理刘邦政表示。

## 从“用上”到“用好”仍待深耕

展望未来，业内人士分析，在电商消费中，AI的作用将逐渐从当前的“副驾驶”升级为“主驾驶”，彻底改变消费者与商家的使用逻辑与习惯。

AI技术加速融入电商消费，但如何从“用上”迈向“用好”，仍待破题。

“我让AI助手结合购买记录和退货情况为我推荐几款鞋，AI助手却找出了我之前购买土豆的订单。”一名广东消费者说，后续AI助手推荐的鞋不仅不符合自己的审美，甚至自己所在的区域都无法购买。

“AI生成的数据和报告可信度不足，目前还做不到‘拿来就用’。”某日化企业电商运营负责人表示，一些预测模型的数据精度不高，AI提供的很多结论必须经过人工复核才能使用。

“消费者的问询千人千面，AI客服还无法完全取代人力。”一家口腔护理品牌的电商负责人告诉记者，AI客服在售后端只能完成人工客服10%左右的工作，在售前端只能解决20%到30%左右的问题。

洪勇认为，未来AI能否持续创造增量价值，关键看三点：AI服务是否真正依照用户需求推荐，而不是变成新的竞价广告入口；AI工具能否让中小商家用得起、用得好，而不是只服务头部品牌；AI购物能否解决信任问题，包括比价真实性、售后责任、隐私保护和算法透明等。

专家建议，下一步，应持续提高AI在语义理解、数据处理等方面的能力，助力电商行业优化消费体验、降低运营成本、提升流通效能。同时，强化用户隐私数据保护，营造更加公平、透明、可信赖的AI购物环境，推动“AI+电商”健康有序发展。

新华社“新华视点”记者 张千 千 王雨箫

(新华社北京6月16日电)