

自助零售-升级转型

2019.09



曾庆州

- 经历
  - （中国） 京东集团/X事业部 全国无人超市负责人
  - （中国）华润集团/华润万家 全国小业态负责人
  - （南京）旺旺集团/旺仔便利店 总经理
  - （台湾）7-11统一超商营运部 总监

  专长——
  - 19年连锁加盟店经营管理经验、 创新服务，营运绩效等。连锁加盟体规划与营运执行

商务部定义五大零售“新”特征



New role 零售主体新角色

成为消费者的**组织者**和**采购者**以及供应商的生产研发活动和市场推广活动的**服务者**

New concept 零售经营新理念

需要适应**消费者主权**时代的新理念、新模式，通过**零售变革**更精准地**满足消费者需求**

New relationship 零售主体新关系

零售商为供应商赋能，与消费者实现互动和交流，构建**平台与消费者**之间深度互动的**社群关系**

零售产出新内容 New content

建立持续互动“**零售商-消费者**”关系，强化**多场景购物体验**，提供**消费者数据服务**

零售组织新形态 New form

通过**大数据**清晰**洞察消费者**痛点，形成**多样性、多内容、多触达点**和**多维度**的具有复合型商业特点的经营业态

1 · 数据来源：尼尔森研究

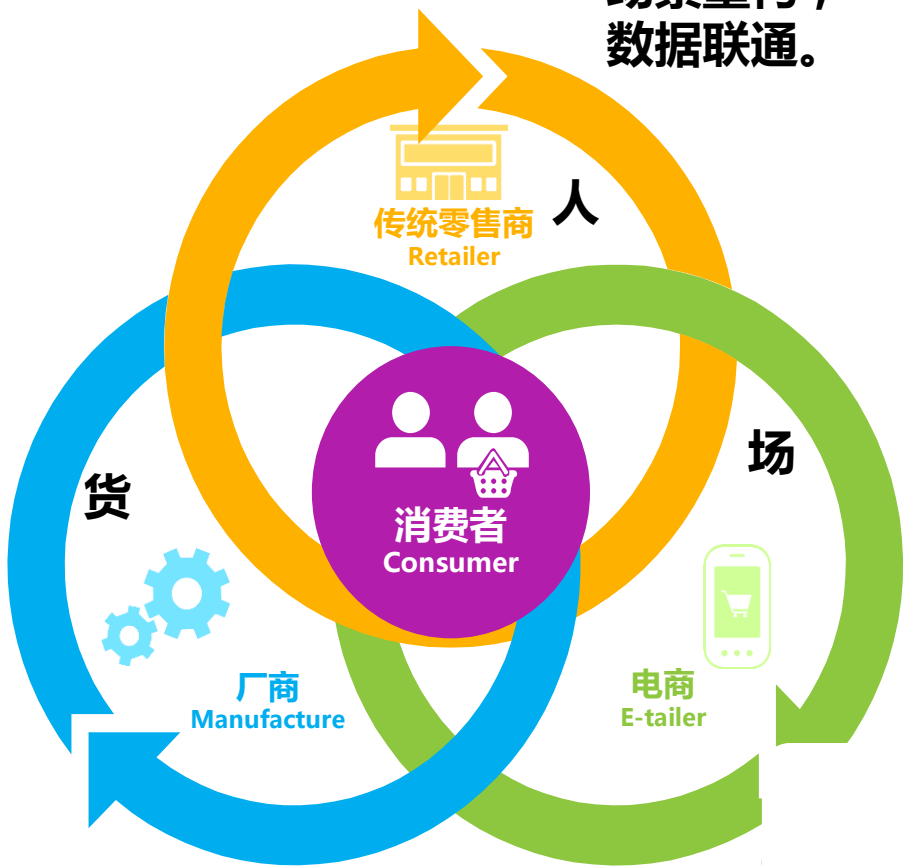
零售新业态重在通过重构交互场景，联通全域数据，实现传统人货场关系的变革

重构人货场



传统零售模式下，品牌厂商与零售商、零售商与消费者的产品和服务流转过程是割裂的，数据同样存在大量的非联通状态

场景重构，数据联通。



1 · 数据来源：尼尔森研究

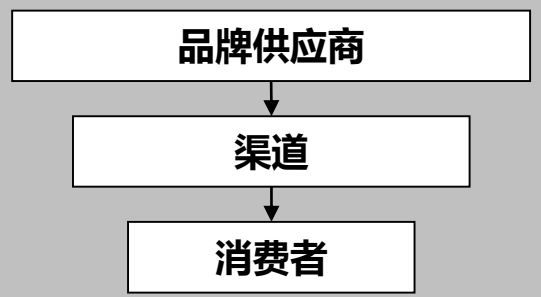
品牌零售模式，将逐步向围绕消费者需求而演变，企业针对“人”的运营能力的重要程度显著提升

消费者经营

以消费者价值为导向的业务模式转型

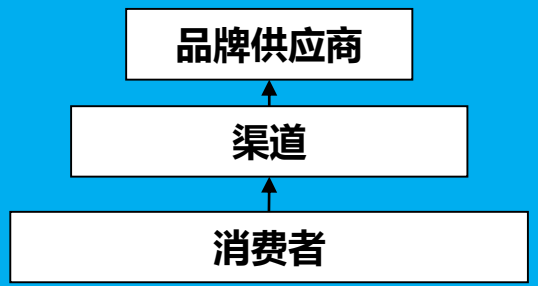
渠道导向型

粗放型、有什么货卖什么



消费者导向型

集约型、消费者需要什么卖什么



价值定位	▪ 依托上游，促进渠道商品流通，实现上游价值的最大化	▪ 以下游消费者为导向，追求客户价值的最大化
业务模式	▪ 建立在渠道滞销的前提下，以联营为主代销折扣商品，缺少对消费者洞察，较为粗放	▪ 建立在市场洞察的基础上，根据消费者需求精准规划商品结构，以采销为主，实现消费者价值最大化
核心能力	▪ 供应商管理能力	▪ 消费者洞察能力与商品规划能力

1

- 数据来源：尼尔森研究

三类创新模式：主要为电商模式创新、线下模式创新、融合模式创新

玩家与创新

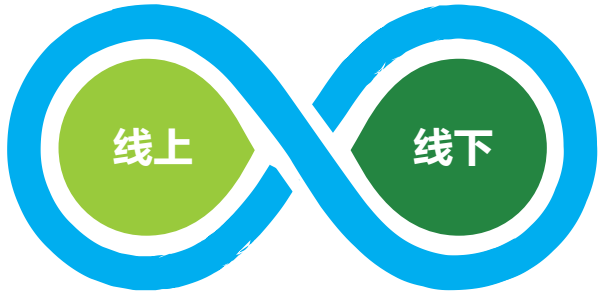


	特征	典型代表
电商模式创新	在主流B2C平台模式之外，结合社交、社群等非传统电商经营方式，面向特定客群开展电商业务	小红书、拼、云集
线下模式创新	在传统卖场或超市业态基础上进行货和场的重构，引入餐饮娱乐业态，并大幅增加非标商品如生鲜	超级物种、百联RISO
融合模式创新	整合线上线下流量入口，打通电商平台与传统线下店的业务流程，变革线下场的运营模式	盒马鲜生、7FRESH FOOD MARKET

1 · 数据来源：尼尔森研究

融合创新的核心要素在于线上线下的贯通及高效的数字化运营能力，降报废、提毛利、增体验

融合创新模式介绍



- 消费者数字资产一体化
- 融合供应链
- 全渠道订单履约
- 全渠道营销



新品类 新服务 新体验

通过增加餐饮服务、店内代加工、更丰富更新鲜的生鲜类购物体验；提升来店消费者的频次和人群范围



流量的前置拦截

通过线上流量入口，以典型的在线营销方式拦截消费者需求，实现“足不出户”式的订单交付

1 · 数据来源：尼尔森研究

无人超市 打造智能无界零售革命解决方案



无人超市-效果图

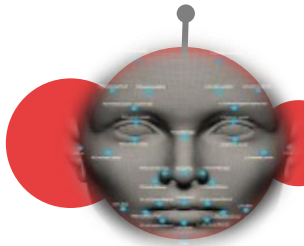
智能技术助力线上、线下 “无界零售”

软硬融合
模块输出

资源整合
运营提升

物流依托
优化供应





极致周转率
精准选品
智能补货
智能定价

感知-识别-沟通
店内动作抓取
人脸识别
客群分析

场景化运营
智能选址
动线规划
智能陈列



知货 **知人** **知场**

一、线下零售业态痛点

人流 无法感知及分析用户

货 选品不精准，补货不智能

场 选址无依据，动线规划不合理。

便利店

面积使用率低，仓库规划能力差
夜间营业投入产出比低

综合超市

仓库管理混乱
线上订单生产效率低
员工繁多重复低效

人力成本高
选品不精准
补货不智能
用户信息难获取
用户行为拿不到
收银排队耗时长

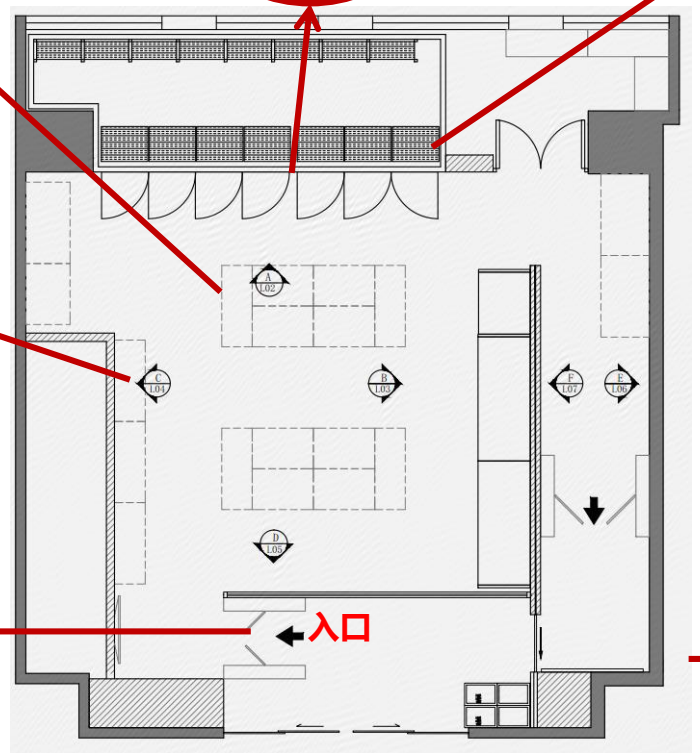
零售革命之零售店铺技术方案

智能价签
一键同步促销活动

状态监控
通过保质期管理，提醒补货员替换临期商品

自动补货
根据销售情况与客流预测，提前下单送货并通知补货员

行为追踪
通过用户在店内的浏览、比对、取放、购买等行为，分析用户个体喜好，并调整门店规划



商品识别
在商品识别区自动识别用户所购买的商品取代扫码计费环节

扫脸进店
绑定人脸与APP账号

自动扣费
识别人脸与APP账号绑定，并直接从APP账户扣除相应款项



无人超市
赋能方案介绍

商务-赋能规划（方案一）





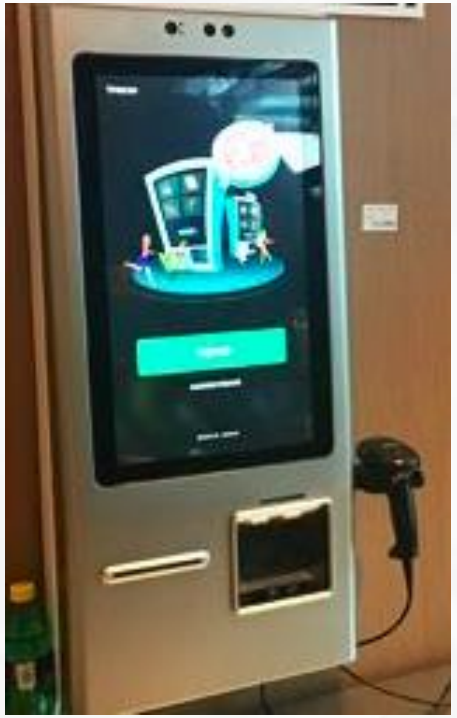
RFID方案输出:赋能RFID技术结算，提供技术、供应链、物流的赋能。

商务-赋能规划（方案二）



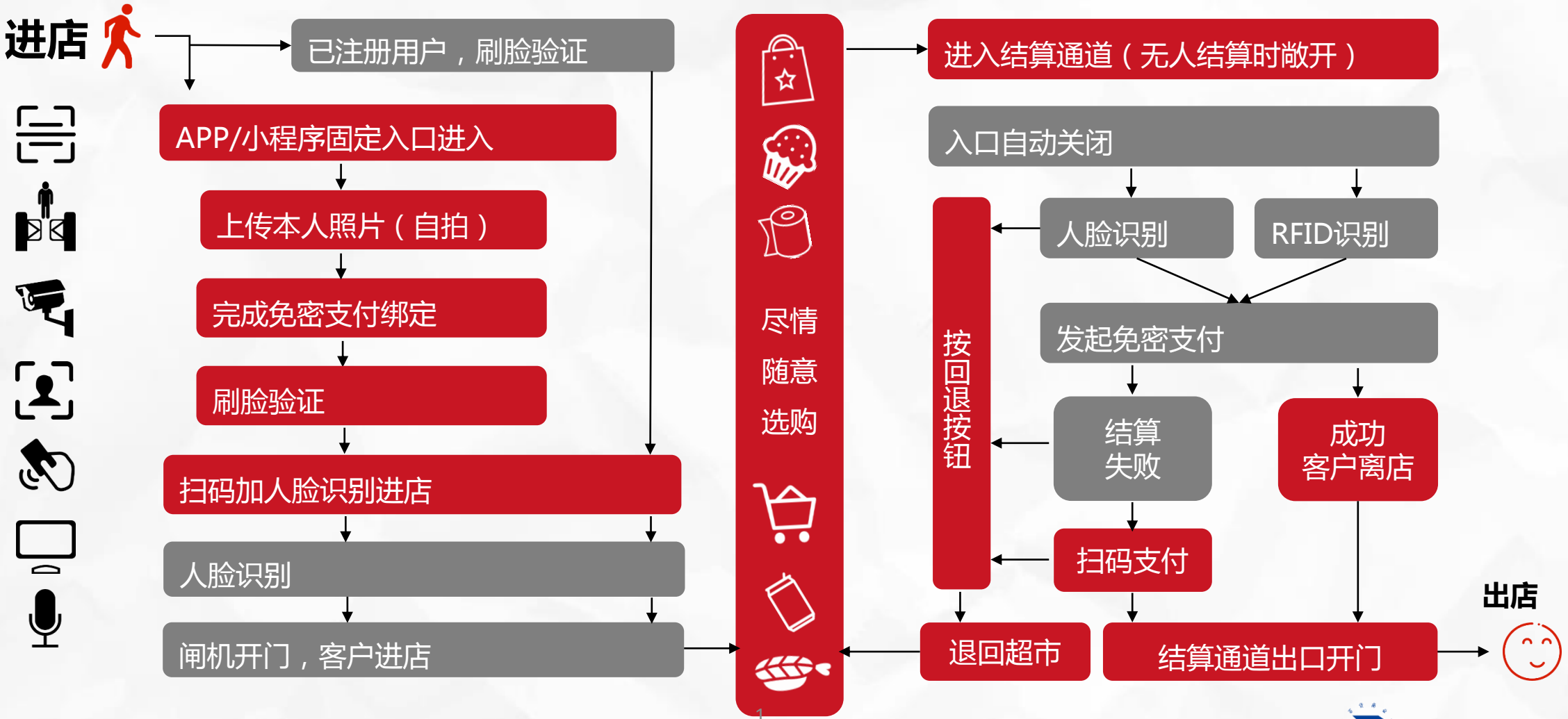
通过重力、视觉、声音等传感器收集顾客行为数据的赋能。

商务-赋能规划（方案三）



自助结算机+刷脸支付方案赋能：此方案体验感相比之前两套方案并不差，并配备刷脸支付，用户可以不带手机，自行扫码商品进行刷脸结算，整体输出技术、供应链、物流。店内增加体验感强的产品如VR购物、试妆镜等等，增强用户的体验。

无人超市赋能流程图-方案



能解决消费者的不便-商机

对手不是来是同业的竞争　是消费者的需求变化



谢谢

2019.09