

创造新模式 提供新体验

智慧零售精准服务消费者

伴随着大数据、人工智能、云计算等前沿技术的飞速发展,零售行业从制造、采购、销售到服务环节呈现数字化、智能化的特点。在供应链上、货仓里、柜台前、小程序内,一场关于智慧零售的变革正在进行……

什么是智慧零售

在线上线下为消费者提供多样化、个性化的产品和服务

上海的张女士打开手机小程序,推荐界面立刻弹出了她最近经常购买的一款水果茶信息。点击“购买”,选择了“半小时送达”,不一会儿,张女士就在家品尝到清凉新鲜的水果茶。近年来,消费者的购物方式发生翻天覆地的变化。人们既能选择在实体店里面尽情挑选,也能足不出户在网上购齐所需物资。

所谓智慧零售,通常是指运用互联网、物联网技术,感知消费习惯,预测消费趋势,引导生产制造,为消费者提供多样化、个性化的产品和服务。无人超市、小程序下单、虚拟现实(VR)试衣、智能供货等场景都属于智慧零售的应用范畴,涵盖零售前端、中端和后端,生产者、采购商、商场经理、门店店长和消费者,都是智慧零售环节上的一分子。

例如,常见的一种智慧零售模式,就是在互联网技术的支撑下开展电子商务,获取更多流量,分析零售数据,洞悉消费者的真实需要。包括某些企业对实体门店进行智能化改造,瞄准的目标仍是将客流最终引至线上。当一名顾客去实体店买东西,使用了该品牌专有的支付程序,时间一长,随着顾客对品牌建立起信赖,即使不来店里,也可通过品牌的专有程序下单。

另一种智慧零售模式则把目光聚焦于线下。相较于线上零售,实体零售最大的优点在于体验感强,并联合周边电影院、餐馆等配套消费场所构成了群聚效应,自带客流。在此基础上探索的线下智慧零售,就是通过数字化改造、智能化赋能,让实体店变得更智慧,牢牢将消费者“黏”在线下。

从业者普遍认为,智慧零售的“线上”和“线下”从来不是此消彼长的关系,智慧零售

想要实现的终极目标是线上线下融为一体。爱笔智能创始人林元庆认为,智慧零售的发展能够帮助线下实现数字化和在线化,把线下零售业也变成可搜索、可推荐的形态。消费者以后寻找店铺、搜集优惠券,都如同在线上一般方便。将来有一天,每名消费者既在线上也在线下,在不同的购物场景里都能获得最大程度的便捷舒心。

据京东方科技集团股份有限公司副总裁白峰介绍,目前,国内推进智慧零售的参与者大概有三类:一是互联网企业,通过自己的平台和流量,从线上到线下进行零售技术的突破;二是软件及服务供应商,为用户提供智能化解决方案;三是传统零售企业,正在积极进行智慧零售的改造和升级。

专家认为,在智慧零售领域,一方面,通过挖掘分析大数据,对消费者的行为进行精准分析,从而为消费者提供“千人千面”的营销与服务;另一方面,将数据价值反馈给采购、配送的链条,以实现成本更低、效率更高、方式更灵活的生产供应。

靠什么“智慧”

融合计算机视觉、大数据分析、机器人、语音识别等人工智能技术

成都的王先生驱车驶入一家百货商场的地下停车场,打开商场客户端的泊车程序,根据实景三维导航,迅速找到了车位。当他走进商场一楼,用手机轻轻一扫电梯旁的交互屏,选择要去的品牌店,手机上立刻出现了虚拟现实指引,一步步引导他抵达目的门店,省去了在商场里兜圈子的工夫。

这种场景正出现在国内越来越多的零售场所。在计算机视觉、大数据分析、机器人、语音识别等人工智能技术的加持下,许多传统的百货大楼和连锁超市进行数字化和智能化改造,让消费者从进场到离场,都能享受全方位



的智能服务。

智慧零售对技术提出了不少考验。白峰介绍说,一是互联网领域的基础设施建设,比如需要5G的大规模普及、物联网的大范围连接;二是大数据的处理能力以及算法的优化。实现人与货的高度匹配,仅靠数据采集远远不够,还需要算力增强和算法优化;三是硬件设备以及软件体系的普及。智慧零售的落地,需要线下零售实体在软硬件进行迭代变革。

如今的智慧零售,早不止停留在掌握“来了多少人”“卖了多少货”那么简单。无论线上线下,智慧零售都呈现出更高度的智能化局面。在线下“人、场、货、车”等实体零售场景里,都呈现出更精准的决策判断和更极致的运营效率。

“传统仓库作业,每单仓配时效为3小时左右。我们目前实现平均每单仓配时效仅为3—5分钟,峰值拣选商品可达到2000件/小时,单件商品分拣成本下降50%,实现库存结构优化,加快库存周转,降低滞库率。”苏宁易购IT总部执行总裁荆伟说,通过持续的科技转型和投入,整个集团在商品供应链的数字化上取得了丰硕成果,尽最大努力按照消费者需求完成智能化的选品、智能化商品库存管理。

“在智慧零售时代,实体店经营者将告别凭感觉、凭经验的传统运营状态。”林元庆表示,现在针对顾客消费行为的智能识别技术,已经能够克服数据精度不高、无效或者反复计数的误差,不会再将店员和顾客混淆,能够更精准描绘零售客流的情况。除了零售中的

“人”,所有区域、货架的空间位置以及识别陈列商品已经可以被数字化。例如,通过室内3D实景地图机器人,以厘米级定位场内每个区域、店铺、柜台甚至是商品的三维坐标,使空间中的全要素得以精准地坐标映射。货架上的每一款商品的拿起、拿走都能被识别、记录……

目前,一些大型超市货架上安装了京东方的电子价签。白峰说,消费者只需要用手机扫描价签上的二维码,就能获得更多商品信息,甚至转入网上商城。电子价签能够实现动态更新,同步更新后台信息,提高了货架补货与在线订单店内提货的效率。

专家表示,无论是人、货、场,每一个走向数字化和智能化的零售要素都不是孤立存在的,每个要素的信息经过互相关联、整合,释放出巨大的数据价值,帮助经营者挖掘消费规律,用需求引导生产,倒逼供应链和制造环节的灵活调整。

智慧零售前景如何

技术和业务配合协同,推动数字化转型落地

近年来,智慧零售逐步兴起,催生了一系列新业态新模式,但也历经着优胜劣汰的过程。一项调研显示,制约智慧零售行业整体发展的原因主要来自于技术、人员和资金三方面。从技术层面看,市场上有70%以上传统零售企业由于自身技术不完善,无法支撑高度数

字化的智能运营业务体系,从而导致转型升级遇到瓶颈;从人员层面看,市场上缺乏智慧零售专业的人才,零售一线作业人员观念较为传统,智慧零售意识较为薄弱,相关数字化环节落地缓慢;另外,不少传统企业仍认为数字化转型投入成本偏高,不愿意投入更多资金。数据显示,近五成商家关于智慧零售的年投入预算在10万元以下。

但智慧零售给予人们的想象空间巨大。一个传统地图设备扫描一个10万平方米的购物中心需要30天以上的时间,但爱笔智能公司研发的全景地图机器人却只需要1—2天就能完成。通过技术的升级,加上更精确的算法、更巨大的算力和更丰富的数据,智慧零售能够跃上一个更高的台阶。

荆伟认为,数字化转型不等于盲目投入IT系统,不等于不管不顾地“烧钱”,企业必须结合自身的能力,思考如何在发展的不同阶段制定合乎自身特点的数字化转型模式,由此再匹配全新的平台工具和方法。

智慧零售的发展不只靠技术驱动,还需要完备的运营。荆伟认为,技术归根结底是为了实现业务的价值,只有技术和业务配合协同,才能最终推动数字化转型落地。从商场管理者具体到门店店长,都需要转变观念,身体力行拥抱变化,学习运用数字化智能化的知识与手段。

专家提出,智慧零售涉及每一位消费者,要解决好数字安全和隐私保护的问题。相关主管部门也应尽快完善数据采集、交易和安全披露的法律法规,帮助行业主体做好风险管理和控制,让更多传统零售企业放心投入数字化智能化升级换代,实现可持续发展。

(据新华网)

今年已有 13 家公司完成退市——

A 股优胜劣汰良性局面加速形成

退市新规显威力

新一轮退市制度的威力正在显现。6月2日,*ST北讯、*ST斯太以及天翔环境3家公司被终止上市。作为退市新规首个执行年度,今年已有13家公司完成退市。交易类强制退市和财务类强制退市增多的现象充分说明,A股市场优胜劣汰的良性局面加速形成。

完善的退市制度是股市的“净化器”和“稳定器”。2020年11月2日,《健全上市公司退市机制实施方案》获审议通过,沪深交易所也于2020年12月31日发布实施新修订的退市制度。

与过去相比,退市新规设置了财务类红线、交易类红线、规范类红线、重大违法类红线,退市标准更具可执行性、包容性,退市流程大幅简化。其中,组合类财务指标替代单一财务指标,“面值退市”指标改为“1元退市”指标,取消交易类退市情形的退市整理期设置等。

自1999年以来,A股共有80家公司被强制退市,平均每年不足4家,而同期年均IPO公司数为157家。在新股发行核准制

下,“壳资源”稀缺,“保壳”动机使退市过程反复,市场出清效率低下,助长投机风气。

退市新规实施以来,A股多元化退市渠道更加畅通,“僵尸企业”加速出清。今年以来已有13家公司完成退市,具体看,有5家公司触及财务类退市指标,7家触及面值退市指标,1家被“吸收合并”而退市。在新一轮退市制度发挥效力以及严监管形势下,A股“不死鸟”公司、“久拖不退”、花样“保壳”等退市难题正得到有效缓解。

“新一轮退市制度落地以来,最大的亮点是强调‘1元退市’情况,市场炒壳、保壳的情况更少。”申万宏源证券首席

市场专家桂浩明认为,新规出台后对业绩差、勉强维持生存的公司形成压力,未来这类公司将由市场选择来决定去留。与财务指标退市、公司经营违规行为退市相比,“1元退市”带有投资者主观判断特点。今年以来,“1元退市”公司的占比增大。从目前情况看,更多投资者从市场长期发展角度看对新退市制度日趋认可。

中航基金首席投资官邓海清表示,新一轮退市制度极大缓解了A股市场退市的“肠梗阻”,有利于清退劣质企业,提高上市公司质量,促进股市新陈代谢和长期健康发展。为接下来注册制的全面推行做准备,也可震慑上市公司,激励上市公司规范经营和管理,改善盈利状况。

配套制度要跟上

差异化,只有形成明晰的市场定位,投资人与企业间的资金融通才更有效率。不能只关注构建“池子”,还要注重“引流”,让市场活跃起来,才能真正更好服务实体经济。还要完善股权投资机构的退出机制,切实保护投资人利益,让“池子”的流动性更充足。

以完善的审计制度为代表的信息披露制度也很重要。在被业界称为“史上最严年报审计”的2020年年报审计过程中,被实施退市风险警示的上市公司增加约30家,审计机构功能得到较好发挥。

粤开证券首席策略分析师陈梦洁表示,常态化退市机制落地需要资本市场中其他制度的完善与配合,还需要相应配套的法律保

障。退市不是一退了之,尤其是存在财务造假等重大违法违规行为的,相应责任人应承担法律责任。

“新证券法的发布实施、信息披露制度的规范等都是对资本市场生态系统的完善,也是对常态化退市机制的有效支持。只有真正做到市场‘有进有出、优胜劣汰’,上市公司的质量才会得到保障,投资者利益才会受到保护,才能推动金融市场繁荣发展。”川财证券首席经济学家陈雳说。

桂浩明表示,除了面值退市之外,未来还可引入交易状况等指标退市,对流动性一直不佳、鲜有人问津的“仙股”公司形成退市压力。又如,未来可引入换手率等相对量指标来完善退市制度。



主体责任需分清

上市公司是实体经济的“基本盘”,完善退市制度也好,修改信息披露制度和新股发行制度也罢,根本目的是提高上市公司质量。

上市公司的优劣交由投资者判断,而提高上市公司质量,上市公司必须承担起主体责任。深圳证券交易所理事长王建军认为,提高上市公司质量首先要求公司自身不作假,不做假账、不说假话,给投资者一个真实的上市公司;其次,不越界、守底线、负责任,做守法合规、诚实守信的上市公司;再次,重回报,管理好企业,回报好投资者,做受人尊敬的上市公司;最后,抓主业,不盲目扩张、不粗放发展,做科学治理、稳健经营的上市公司。

遵纪守法是上市公司健康发展的最低标准之一。诺亚控股集团首席经济学家夏春认为,在注册制下,上市公司“宽进宽出”,

重要的不是退市数量,不能理解为“退市公司越多越好”,更应关注的是上市公司质量。从法律制度看,上市公司自身除了遵守资本市场各项规章制度之外,还要严格遵守新证券法和刑法修正案。

夏春认为,部分上市公司侵害中小股东利益的具体形式虽然多种多样,但大多还是反映在信息披露违规,特别是财务造假方面。2020年通过的刑法修正案,与新证券法相衔接,大幅提高了欺诈发行、信息披露造假、提供虚假证明文件和操纵市场等四类证券期货犯罪的刑事惩戒力度,强化对控股股东、实际控制人等“关键少数”的刑事责任追究,压实保荐人等中介机构的“看门人”职责等,为上市公司退市后的投资者赔偿等举措带来更多法律依据。

(据新华网)