

UNMANNED RETAIL

TECHNOLOGY-DRIVEN
BUSINESS CHANGE

无人零售

技术驱动商业变革

中国连锁经营协会◎编著

大数据与智能革命重塑经济与世界

无数据，不智能

登高望远，饱览领会新时代的商业版图和社会图景
你，将会成为时代的开拓者



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

无人零售

技术驱动商业变革

中国连锁经营协会◎编著

UNMANNED RETAIL
TECHNOLOGY-DRIVEN
BUSINESS CHANGE



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书分为上下两篇,上篇主要讲述了无人零售的三个核心问题:政策、技术、信息安全;下篇深度解析了八大无人店的经营模式,包括商业模式和运营模式等。本书也对当下无人零售的几种发展方向与未来的趋势,以及对人类生活的影响等问题进行了系统的分析与研究。电商企业的管理者以及新零售行业的参与者可重点关注。

图书在版编目(CIP)数据

无人零售:技术驱动商业变革/中国连锁经营协会编著.

—北京:机械工业出版社,2018.10

ISBN 978-7-111-60829-5

I. ①无… II. ①中… III. ①零售业-商业经营

IV. ①F713.32

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第205494号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:马佳

责任编辑:马佳

责任校对:赵蕊

版式设计:张文贵

封面设计:任燕飞

责任印制:李昂

北京瑞禾彩色印刷有限公司印刷

2018年9月第1版·第1次印刷

148mm×210mm·5.25印张·3插页·108千字

标准书号:ISBN 978-7-111-60829-5

定价:69.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

服务咨询热线:(010)88361066

机工官网:www.cmpbook.com

读者购书热线:(010)68326294

机工官博:weibo.com/cmp1952

(010)88379203

教育服务网:www.cmpedu.com

封面无防伪标均为盗版

金书网:www.golden-book.com

编委会成员名单

总 编 彭建真

执行总编 张 静

编委会成员 彭建真 张 静 王金桥 滕燕梅
肖宏勇 文芳元 万 鑫 陈子林
许宏平 朱艳霞 梁立云 高 颖
赵 娜 博骏贤 郭建欢 孟 飞

(排名不分先后)

前言

Preface

畅想无人模式的

“2018”

鉴于无人值守商店为零售业未来发展带来的无限可能，资本、技术、市场也在 2018 被继续关注。如今，零售业界对少人或无人化的探索也更加深入了。继 2017 年，欧尚、天虹、苏宁、居然怡食家、易果、京东等企业纷纷开始了无人值守商店的运营尝试后，进入 2018 年，蚂蚁金服、微信支付、海航、保利商业等企业也纷纷开出试验店。无论是无人货架、智能货柜等无人零售模式的火热布点，抑或是零售巨头们所引领的无人值守商店的发展，无不传递着无人（少人）模式在 2018 年乃至今后几年仍将是行业关注的焦点的信号。

与此同时，无人书店、无人餐厅等的出现，也为无人模式带来了更广阔的想象空间。长期来看，“无人模式”也许更适合成为一个载体，它所承载的是什么业态，全看其中销售的是什么商品，实现的是怎样的服务。随着更多新技术的成熟和应用，其拓展性或将呈现指数型发展。

无人（少人）值守零售模式未来会不断完善，不断迭代，但对于无人店来说，能否获得消费者的认可，切实满足需求，更多还是要落在选品、定价、促销、供应链等门店运营能力和对消费者的精准把握上。无人店从技术上给经营者提供了新的机会，而经营者也会赋予无人店零售的灵魂。二者结合，才能使无人店实现其最大价值。

目 录

前言 畅想无人模式的“2018”

上 篇

无人零售的三个核心问题： 政策、技术、信息安全

第一章 政策：助力无人零售迅速崛起 /002

政策背景 /003

发展困惑 /004

第二章 技术：驱动无人零售商业变革 /007

人工智能：给零售装上智慧的大脑 /008

电子价签：打造全数字化线下场景 /027

无线射频：打通新零售的新链条 /035

移动支付：促推无人零售兴起 /039

第三章 安全：完善无人零售消费体验 /045

浅析个人信息安全与隐私保护 /046

无人店防损，无人零售时代的重要课题 /054

下篇

深度解析八大无人店的经营模式

第四章 无人值守商店 /058

章前语：无人值守商店的未来，你看好吗？ /059

缤果盒子 /061

京东 X 无人超市 /078

苏宁 Biu 店 /085

天虹 Well go 无人店 /094

酷铺魔方 /105

第五章 无人货架 /116

章前语：无人货架，新零售变革下的细分业态 /117

每日优鲜便利购 /121

第六章 自动售货机 /130

自动售货机，新零售界的微型超市 /131

第七章 延伸阅读：扫玛购与到家业务的结合 /136

沃尔玛“惠选” /137

附 录 /142

后 记 当下无人零售的几种方向与未来趋势 /155

参考文献 /158

上篇

无人零售的三个核心问题：
政策、技术、信息安全

第一章 政策：

**助力无人零售
迅速崛起**

政策背景

一、最早的无人零售形式——自动售货机

自动售货机可以说是最早出现的无人零售形式。《中国自动售货机运营业务指导规范（试行）》于2017年8月15日开始试行，此外，各地对于自动售货机的审批多采用备案制度，对自动售货机行业发展起到了很好的推动作用。

二、主管部门公开支持无人值守商店发展

2017年7月21日，商务部例行新闻发布会上，新闻发言人肯定无人值守商店是商贸流通领域从需求侧的角度推进供给侧结构性改革的有益尝试，能更好满足个性化、多元化的消费需求，并且该发言人表示，为了鼓励相关业态发展，商务部还将适时发布典型案例，引导广大零售企业加大先进技术的应用。这也是国家部委首次明确支持无人值守商店业态发展。

三、首个无人值守商店标准发布

2017年11月3日，由中国连锁经营协会发布的社团标准《无人值守商店运营指引》（以下简称《指引》）在重庆举行的“2017中国全零售大会”期间发布。这也是国内首个关于无人零售的相关标准。《指引》以规范市场、引导和促进无人值守商店的良性健康发展、协助政府实现有效监管为目的，针对无人值守商店的运营特点，在商品管理、售后服务、数据信息管理、设施设备管理、店内安全和应急处理、选址等方面进行了规范和指导。《指引》中，有关“安全”的内容占据了非常多的篇幅，这也体现了《指引》对于无人值守商店在保障顾客、商店及店内商品、数据信息等安全方面的一个重要导向。此外，充分利用现代化技术为顾客提供商品和服务，倡导节能环保也是贯穿在《指引》全文中的重要主题。

发展困惑

一、无人店政策焦点——违章建筑之虞

作为对现有零售业态的补充，无人值守商店出现之初就被寄予厚

望，它提高了零售业数字化水平。且一直以来，无人店运营企业也将补充现有商业空白作为无人店重要的发展方向之一。

据了解，作为建筑物，无论申请营业执照，还是申请食品经营许可证，均需要提供固定的经营地址。在公共场地设置的无人店，大多因无法提供经营地址而被视为违章建筑，被城管等相关部门取缔。

二、探讨“备案制”可能

根据无人店经营企业反馈，营业执照难申请也成为另一个拖慢无人店开店速度的原因，对于按照标准化复制的无人店来说，每开一家，就需要准备大量资料申请营业执照。因此，有企业提出无人店可否参照各地自动售货机管理中的“备案制”方式，通过区域或企业备案方式解决证照难申请问题。

三、政策展望

据了解，继《无人值守商店运营指引》发布后，各地方商务主管部门均在考虑进一步制定对无人店购物流程、应用技术、数据管理、安全环保等的指导规范。

与此同时，作为商贸流通领域从需求侧角度推进供给侧结构性改革的有益尝试，优秀的无人零售企业期待得到税收优惠、评优评奖等

鼓励政策的支持。

从无人零售健康发展角度看，在保障顾客、商店、商品、数据信息安全，合理选址布点、环保节能等方面，无人店有待相关部门的监督管理。

充分利用行业组织，收集统计无人零售行业信息，也必将帮助有关部门了解行业发展现状，制定利于行业发展的相关政策。

第二章 技术：

驱动无人零售 商业变革

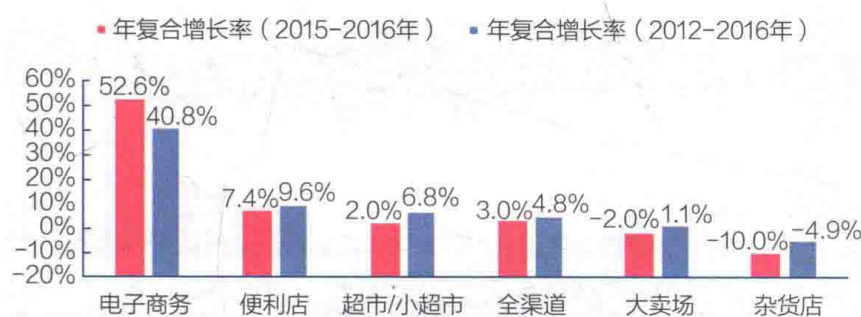
人工智能：给零售装上智慧的大脑

中华人民共和国第十二届全国人民代表大会第五次会议明确指出，要加快新材料、人工智能、第五代移动通信等技术的研发和转化。近年来，在国家政策支持和指引下，在科技人士辛勤努力下，在大众普遍关注和推动下，我国的科技水平接连攀高，社会发展突飞猛进，人们对美好生活的需求在更大程度上得到满足。当前社会正加速朝着大数据、智能化方向发展，在零售业发展革新中，零售智能化是未来零售业发展的大势所趋。新时代，将传统零售创新驱动升级为智能零售，能使消费者日常采购更为高效、便捷，有助于改善人们的生活水平。同时，新零售的萌芽，能在很大程度上促进降本增效。总体上看，新零售和智慧零售即将成为第四次零售革命的重要方向之一。

一、零售业发展现状

实体零售销售增幅逐年下降,但超市和卖场等仍为主流业态。

图2-1显示,2012—2016年,我国快速消费品在城镇各零售渠道销售中,电子商务销售额每年稳居第一,销售额占比均在50%左右;便利店销售额每年稳居第二,销售额占比均在9%左右;便利店、超市/小超市、全渠道、大卖场、杂货店等实体零售渠道的销售额增速在逐年减小;电子商务销售额增速在逐年增长,并且增幅最大。综合判断,实体零售销售增幅逐年下降,但超市和卖场等仍为零售市场主流业态。



资料来源:凯度、贝思咨询,中信证券研究部

图2-1 中国快速消费品城镇零售渠道销售额增速