

苏宁智慧零售链接消费升级

苏宁以新技术为支点，赋能零售商，使其对消费需求的感知更加精准、响应更加快速，最终达到提升用户体验和提高经济增长的目的。

© 本刊记者 彭春燕 关志薇 / 文



当前AI、大数据、无人技术开始越来越多地走进人们的视野，不少企业更是开启了线下落地商用的探索。2017年3月，苏宁控股集团董事长张近东在全国两会上首次提出“未来零售就是‘智慧零售’”的观点。所谓智慧零售，即运用云计算、大数据、物联网等前沿技术，构建商品、用户、支付

等零售要素的数字化，将采购、销售、服务等流程智能化，以更高的效率和更好的体验为用户提供商品和服务。简言之，智慧零售是先进科技与传统零售化学反应的产物。

如今，伴随着互联网人口红利的渐趋消失、先进技术的日臻成熟，以苏宁为代表的智慧零售模式，给国内零售

行业带来了另一种思考：以新技术为支点，赋能零售商，使其对消费需求的感知更加精准、响应更加快速，最终达到提升用户体验和提高经济增长的目的。

此外，智慧零售在科技研发、技术商用、用户服务、消费升级、人才培养、创业支持、精准扶贫等方面，也已形成体系化、生态化的赋能平台，尽最

大努力为社会分工和社会发展创造价值。也正是这些价值成果，才真正地组成了智慧零售的核心成果，成为其不断更新与迭代的题中之义。

零售科技的创领者 落地商用的试验田

如今，以人工智能、人脸识别、

AR/VR等为代表的新技术正加速在零售行业深度融合。作为国内领先的线上线下融合的零售企业，苏宁始终以一个探索者、践行者和分享者的姿态居于行业中，通过零售技术的自主开发及应用，尝试通过更高效的方式、更完美的体验去链接用户与商品。“我们希望结合我们对零售数据的优势、对业务的认知，能够把我们超过80个引擎开放赋能给我们的生态伙伴，让大家一起把这个零售产业做大。”苏宁科技集团COO荆伟曾这样说。

据了解，近几年苏宁投入了大量的科技人才与基础设施，同时通过AI能力、大数据能力、云计算能力，形成了智慧零售大脑的一整套行业解决方案，具备了对合作伙伴开放和赋能的能力，通过智慧零售大脑，苏宁把中国制造到零售的流通环节打通，包括零售、物流、金融、服务等，全面提高了效率。同时，又通过大数据技术，在零售端把各种用户的需求传导到制造端，使制造更柔性、精准、高效，从而达到中国制造到中国智造的转变升级。

而在实体零售中，苏宁无人零售设备迅速落地，机械臂、移动售货机器人相继投入使用，这进一步拓展了零售的边界，推动着整个零售行业的前进，为零售行业提供了更多的可能。

智慧零售中使用的新技术同时也引发了生产产业的变革：线下通过优化内容布局 and 结构，调整各个环节的运行模式，降低了响应周期、提高运营效率；

通过智慧零售大脑，苏宁把中国制造到零售的流通环节打通，包括零售、物流、金融、服务等，全面提高了效率。

线上通过创新交互设计、提升用户体验，增强消费意愿，不断地挖掘出新的消费需求和场景；物流开始逐渐使用仓储机器人和货运机器人，大大提升了运营效率，节省时间和资金成本；售后服务依托新技术，通过收集和运用用户数据，大大提升了零售者对市场的跟踪和布局能力，为企业的采购和销售做到精准提供支持。

科技物流显速度 绿色物流见温度

时至今日，物流产业已经成为零售业的重中之重。“苏宁物流是一个技术和服务驱动的平台，专注为消费零售提供高效基础设施服务的智慧企业。主要体现在自建物流网、自主研发技术、包裹的‘有温度交付’这三个方面的属性。”苏宁物流常务副总裁姚凯表示。

在物流科技方面，苏宁的探索一直处于行业前列，也为行业提供了众多可行的样本。在仓储端，以曾入选发展改革委、商务部联合发布的首批“国家智能化仓储物流示范基地”名单的苏宁云仓为例，其建筑面积在20万平方米，相当于28个标准足球场大小，可存储2000万件商品，是亚洲最大智慧物流基地，日处理包裹可达到181万件，是行业同类仓库处理能力的4.5倍以上。据计算，苏宁云仓的分拣速度是传统人找货拣选方式的10倍以上。

而在配送端，苏宁的物流能力更得以突显。以苏宁物流“无人部队”为例，其中苏宁物流“行龙一号”无人重卡是苏宁无人驾驶项目里重要的一环，主要解决苏宁物流园区到物流园区的干线运输和园区内的自动驾驶问题，系国内电商首次在物流园区的尝试应用，也是中国首个40吨无人卡车迈向物流领域的第一步。

更值得一提的是，苏宁物流也一直是绿色物流行动的坚定践行者，通过发展绿色仓储、绿色包装、绿色配送、绿

色末端，不断减少快递包装浪费，推进减量化、绿色化、可循环发展。苏宁物流率先在行业推广“共享快递盒”，全国投放超过10万个共享快递盒，单个快递盒可循环使用1000次以上。而以“共享快递盒”为基础的超过100万个绿色包装产品累计使用达到1亿次，节约的胶带可以绕地球3.74圈，节约的传统快递盒可以铺满整个南京。

创新普惠金融服务 破解小微企业融资难

一直以来，国家高度重视普惠金融的发展，因为这直接关系到数以千万记的小微企业的存续和发展，继而关系到国家经济的基本面和长远发展能力。

作为目前国内四大互联网金融科技集团之一，苏宁金融在小微企业融资方面的发力同样不容小觑。苏宁金融依托苏宁生态圈及战略客户群的海量资金流、物流、信息流大数据，具体通过供应链金融和微商金融模式，精准服务实体经济。截至2018年10月底，苏宁金融已累计为近万家企业提供超过1600亿元的资金支持，仅旗下“乐业贷”产品就已成为超过两千个商户提供超过5亿元贷款额度。

科技的迭代升级，正在成为打通普惠金融“最后一公里”的关键。近年来，苏宁金融在生物特征识别、大数据风控、物联网金融、区块链、金融AI和金融云六大金融科技方面发力，打造了苏宁支付、“链速融”、乐业贷、任性付、任性贷、零钱宝、苏宁卡等一系列多元、智能的金融产品，实现了“组合拳”出击。

“O2O共同体” 共同服务新时代消费升级

近年来，消费者的需求正呈现个性化、多元化及定制化趋势。在智慧零售模式中，提升消费者体验始终是苏宁坚

持的重心。无论是科技创新驱动，还是物流、金融等消费后端服务打造，智慧零售都在以用户为核心，以其需求和数据为基础，构建一个足以支撑未来智慧零售布局的庞大生态系统。

除线上电商平台之外，依托于苏宁的整体生态资源，智慧零售在全国绝大多数城市完成了多业态布局，在“两大两小多专”（“两大”即苏宁广场、苏宁易购广场，“两小”即苏宁小店、苏宁零售云店，“多专”即苏宁易购云店、红孩子、苏鲜生、苏宁体育、苏宁影城、苏宁极物、苏宁易购汽车超市等）的线下业态中，除县镇店外，其余在城市市场都有布局，打造多元化的服务场景。同时，随着智慧零售大开发战略的高速推进，越来越多的线下业态与线上呼应，成为“O2O共同体”。

此外，依托苏宁拼购和4000多家苏宁易购直营店、苏宁零售云店等平台或业态，苏宁成为开拓农村市场、渠道下沉的主力军，在推动农村消费市场转型及升级上也有不俗的表现。

例如，苏宁易购县镇店内主要经营家电和3C品类，有一些门店顺应市场的需求还会增加极物类、母婴类等商品，高中低频商品进行组合，满足不同市场的消费者需求，也极大提升门店引流能力。而在购物体验上，苏宁更是通过智慧零售模式把线上线下资源嫁接到县镇和农村，让当地商户获得苏宁物流、金融、IT技术等全方位的赋能。

“企业小了是个人的 企业大了是员工的、社会的”

“企业小了是个人的，企业大了是员工的、社会的。”这是张近东多年不变的承诺。与之对应的是，苏宁作为一家拥有八大产业、25万员工的企业，在智慧零售“同心多圆”的模式下，始终把企业、平台的资源作为个人理想的云梯，赋能个体。

在2018年底召开的中央经济工作会议中，“稳就业”被摆在了突出位置。以苏宁为代表的零售企业，多年来一直把带动就业放在心里，为更多人提供多样的就业岗位。据了解，仅2018年苏宁就新增员工6.8万人，包括2万多名IT研发人员、互联网运营人员和新业态运营人员以及4万多终端服务人员，与经济大形势波动下就业压力逐渐增大的现象形成了鲜明对照。

而相较于就业，创业则面临着更大的风险。作为社会型企业，苏宁更是坚持“达则兼济天下”的商业信仰。尤其是自“智慧零售”战略实施以来，经过一年多的极速发展，苏宁易购县镇店数量已经超过4000家，为两万多人提供了就业创业岗位。

其中，作为智慧零售能力输出战略项目的零售云，已成为县镇市场明星业态。未来3年内，苏宁将完成首轮零售云平台造富计划，2020年实现布局12000家零售云门店，培育1000多家年销售规模达千万级的金牌商户，帮助更多人通过创业发挥自己更大的社会价值。

“我们希望通过智慧零售能力输出的高速公路，打通散布在广大县镇市场的毛细血管，用互联网的方式去发展县镇市场，以开放连接、协作共赢的姿态赋能县镇零售商，打造一批引领中国县镇市场消费经济发展的新力量。”在2018年的零售云合作伙伴大会上，张近东这样说道。

岁月不居，时节如流。随着智慧零售时代的全面来临，苏宁已在零售业的全局嬗变中扮演起引领者、创造者的重要位置，同时将更多的科技、物流、金融等资源化为整个社会的经济基础设施，化为链接各个成果和渠道的平台，化为社会经济增长和消费升级的给力引擎，致力于服务于新时代下的全民美好生活。[1]