



2017云栖大会·成都峰会
THE COMPUTING CONFERENCE



阿里云新零售解决方案

主讲人：刘振宇

人类零售演进史

早期零售

「人人」零售

1870年代
百货商场



- 大城市涌现
- 机械化大生产
- 大批发商

1930年代
超级市场



- 经济危机
- 汽车工业

1950年代
便利店、品类专业店、购物中心



- 销售即时管理(POS)
- 物流技术及信息体系
- 生活节奏快
- 对生活品质要求更高

1990年代
电子商务



- 互联网普及

2010年代
移动购物



- 智能手机普及
- 全球定位技术(北斗、GPS)
- 新基础设施逐步成熟

传统零售：技术引领生产变革，生产变革引导消费方式变革

新零售：消费方式
逆向牵引生产变革

第一次工业革命(1760s - 1870s)

第二次工业革命(1870s - 1940s)

第一次信息革命(1940s - 2010s)

第二次信息革命(2010s -)

1765年
珍妮纺织机

1814年
蒸汽机车

1831年
发电机

1876年
电话

1940年代
电子管和无线电、计算机

1980年代
微电脑

2000年代
互联网

2010年代
移动技术

2017年
人工智能 物联网

1879年
机械收银机

1920年代
条形码

1950年代
自动售货机

1960年代
ECR电子收银

1980年代
RFID

资料来源：阿里研究院

关于新零售我们要知道什么

电商

泛电商

新零售

新零售的定义

新零售时代是以消费者为核心，以数据为生产资料，打造场景化、跨渠道的客户体验。通过线上线下融合、通过互联网技术与商业逻辑的深度结合，实现“三通、三才、三化”，孵化新型零售物种，重塑价值链，创造高效企业，引领消费升级，催生新型服务商并形成零售新生态，达到回归商业本质的目的。这是中国零售大发展的新契机。

新零售的标签

“云计算”、“大数据”、“物联网”、“共享经济”、“分享经济”、“场景营销”、“体验营销”、“数据精细运营”、“数字营销”、“移动互联网”、“C2M”

新零售的特征

一是以人为本，数字技术创造力千变万化，无限逼近消费者内心需求，最终实现“以消费者体验为中心”。二是零售新物种大量孵化，多元业态均延伸出零售形态。

新零售的范围

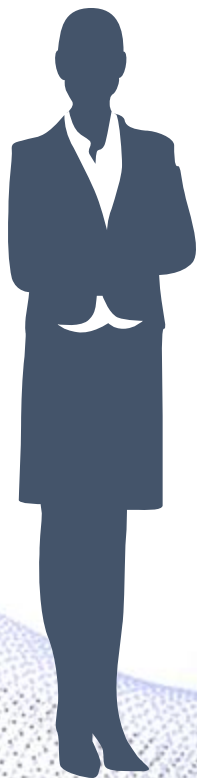
跨境、品牌商、商场/零售/商超/连锁、房产/家装、汽车交易/服务、旅游、餐饮/外送、社区/家政、农业/生鲜、婚姻/美业、母婴/亲子，休闲娱乐、卡券/理财、酒店、票务、OTA、会务、地图、团购导购、丽人/美妆、共享经济服务(交通工具短租，房屋短租、商品短租等)、其他

新零售的生态

围绕新零售的服务提供商（建站、咨询、CRM、仓储、物流、代运营、代运维、营销、视频、网红/自媒体、社交等）

以消费者体验为中心的数据驱动的新零售形态

新零售究竟要实现什么？



围绕用户实现



可感知



可识别



可洞察

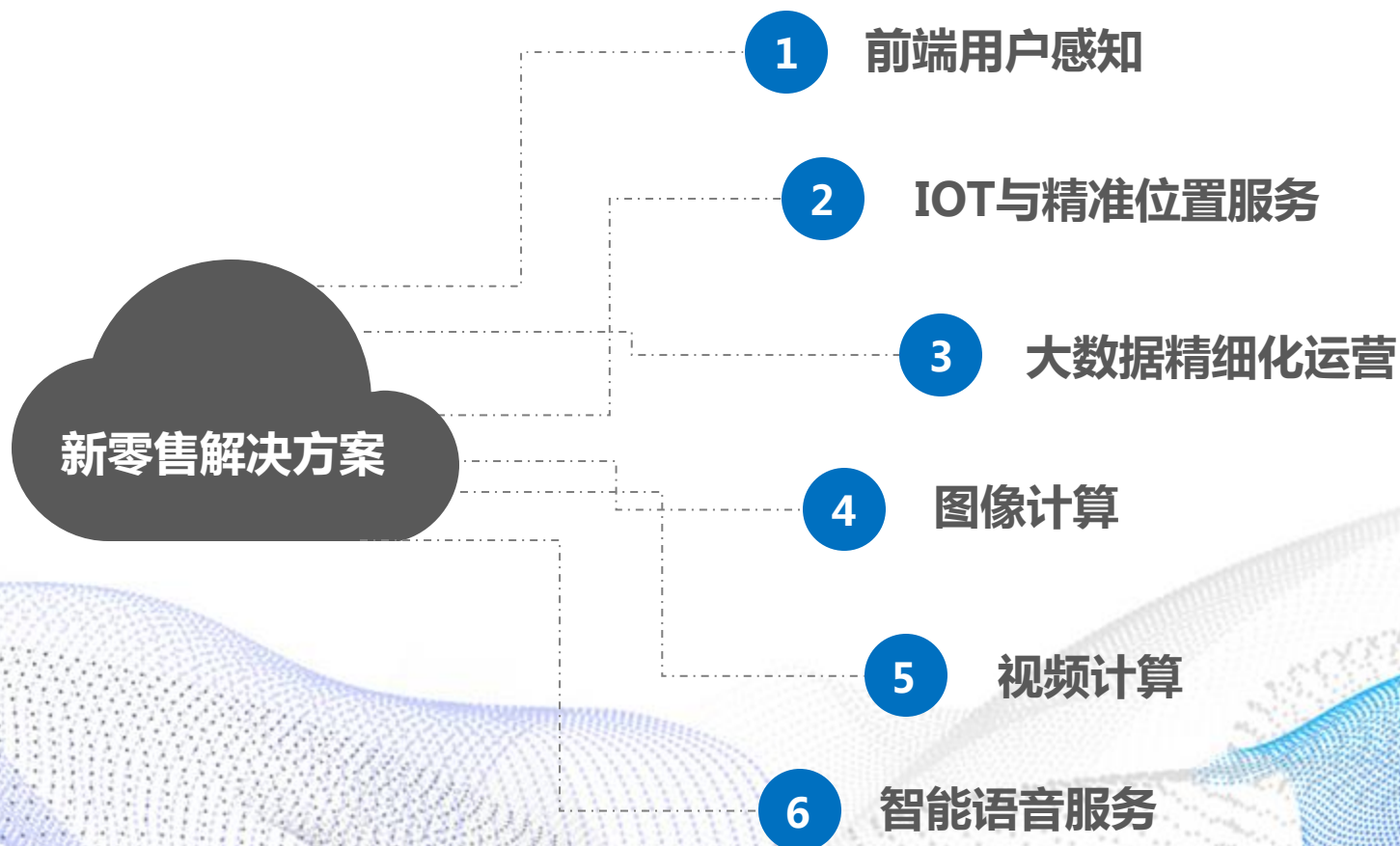


可触达



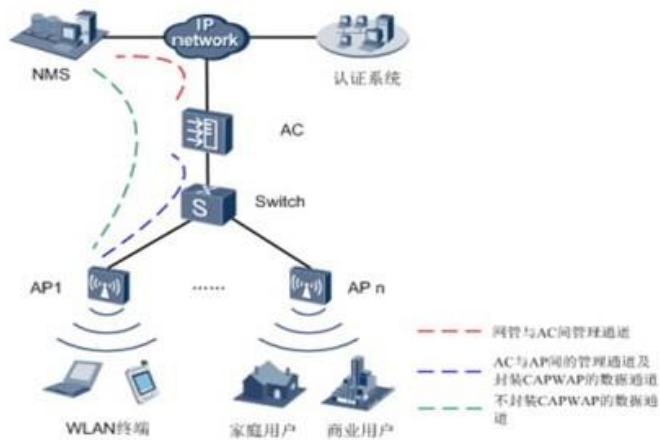
可服务

新零售，新方案，新玩法



云AP感知客户的细微变化

传统 Wi-Fi 架构



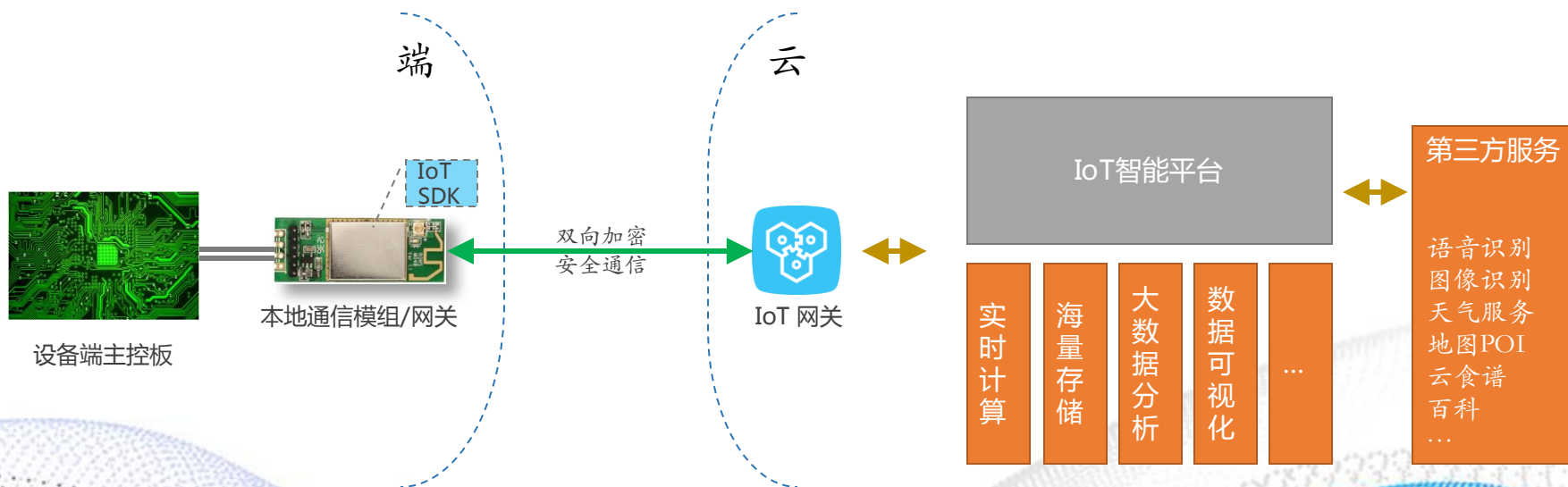
数据无法有效利用

云 AP



T+0实时感知

IoT将感知的触角深入到细微之处



千寻高精度位置服务

普通卫星定位：

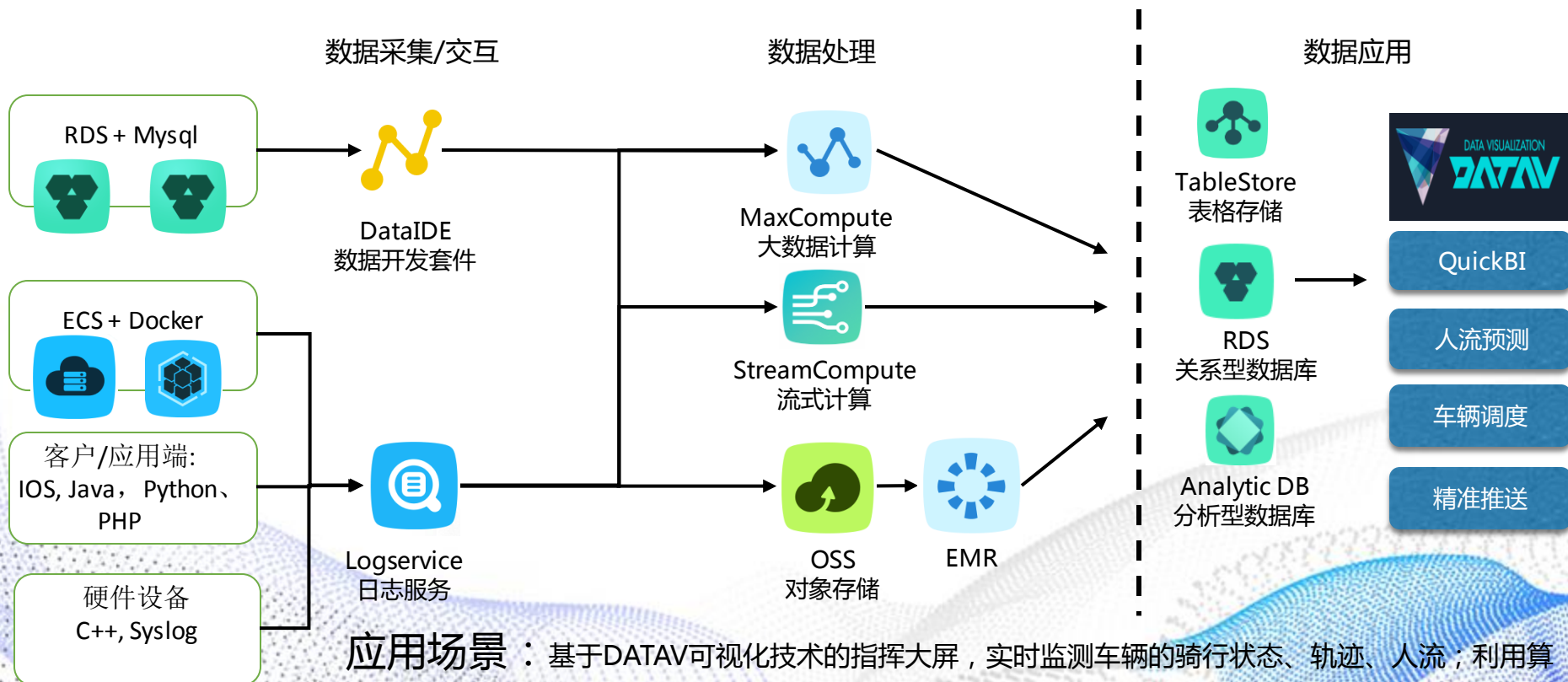
电离层、对流层引起卫星信号传输延迟误差，影响卫星定位结果

卫星高精度定位：

利用地面固定参考站（基准坐标），连续观测导航卫星信号，计算电离层、对流层引起误差，并将误差改正传送给接收机，消除定位误差，实现卫星高精度定位



大数据运营能力

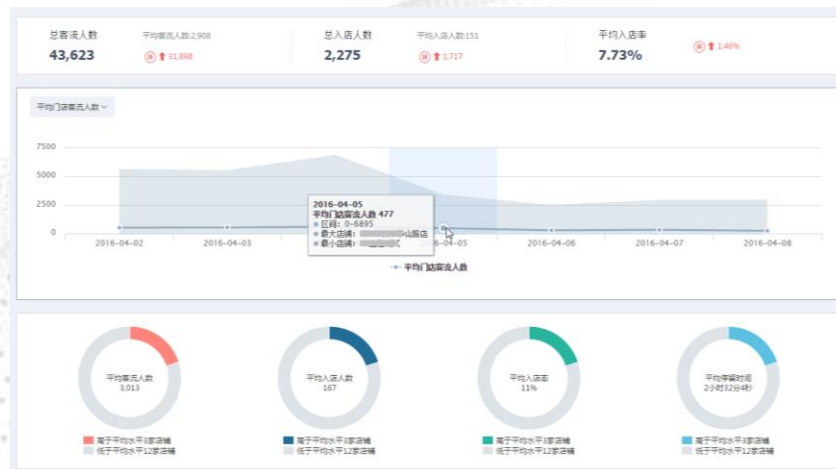


大数据分析—客流分析

✓ 基于Wi-Fi数据，精准剖析线下客流逐层转化效率，为经营决策提供数据依据

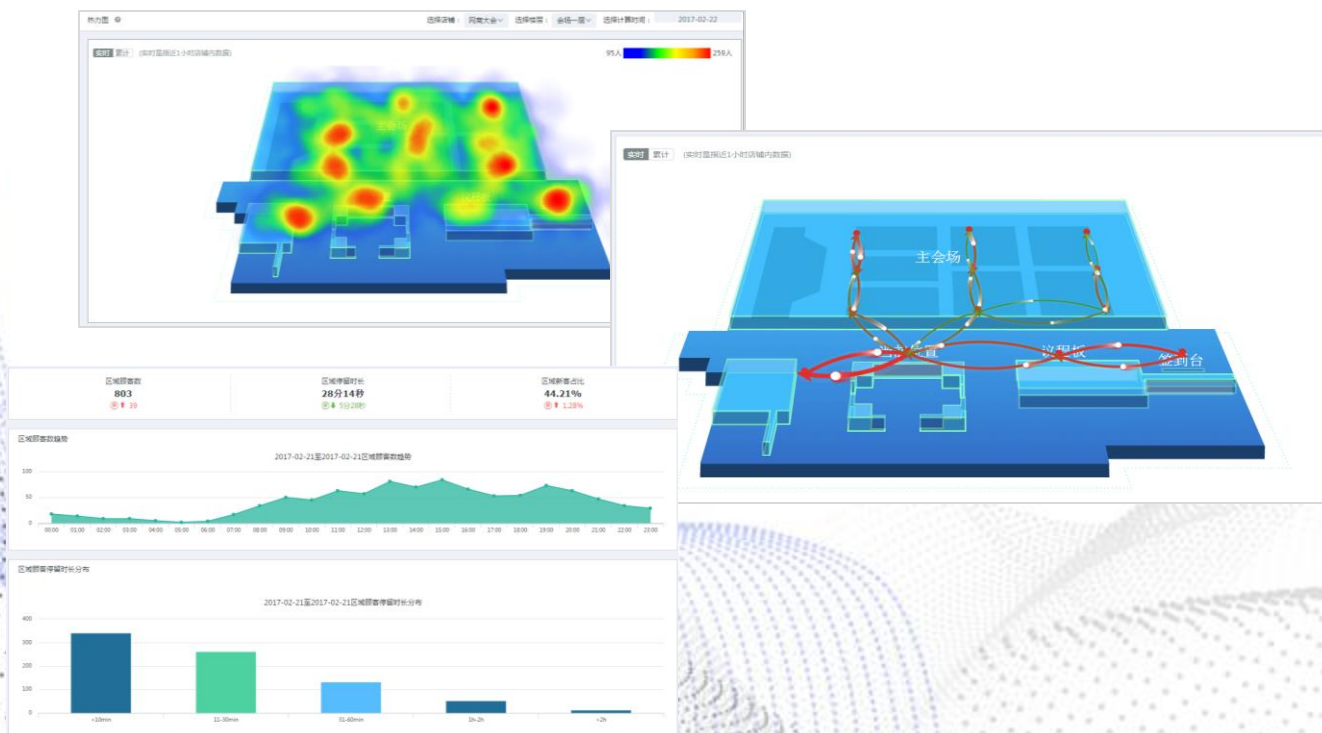


✓ 总部、店铺组、单店铺视角，满足各层级数据分析需求



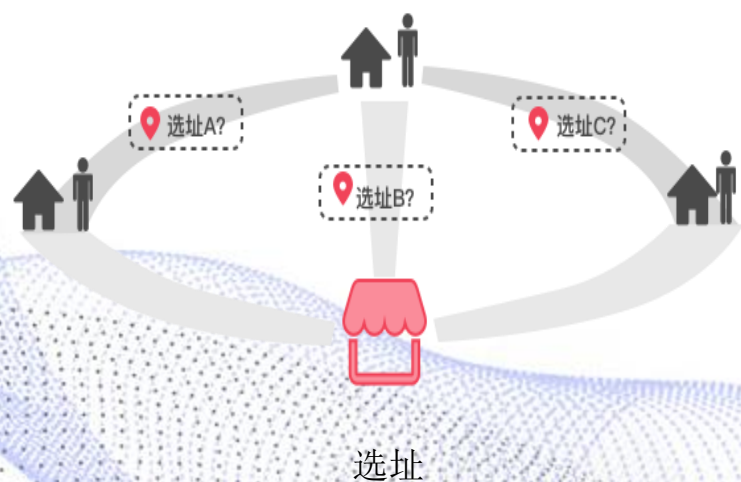
大数据分析—区域分析

- 基于人群实时精准定位，为Shopping Mall、超市、主题乐园、会场等较大空间的线下场景，提供客流热力区域分布、动线轨迹分析以及自定义区域分析



大数据分析—商圈分析

- ✓ 基于LBS及探针数据，对到店顾客进行常驻地分析，实现门店**选址**优化



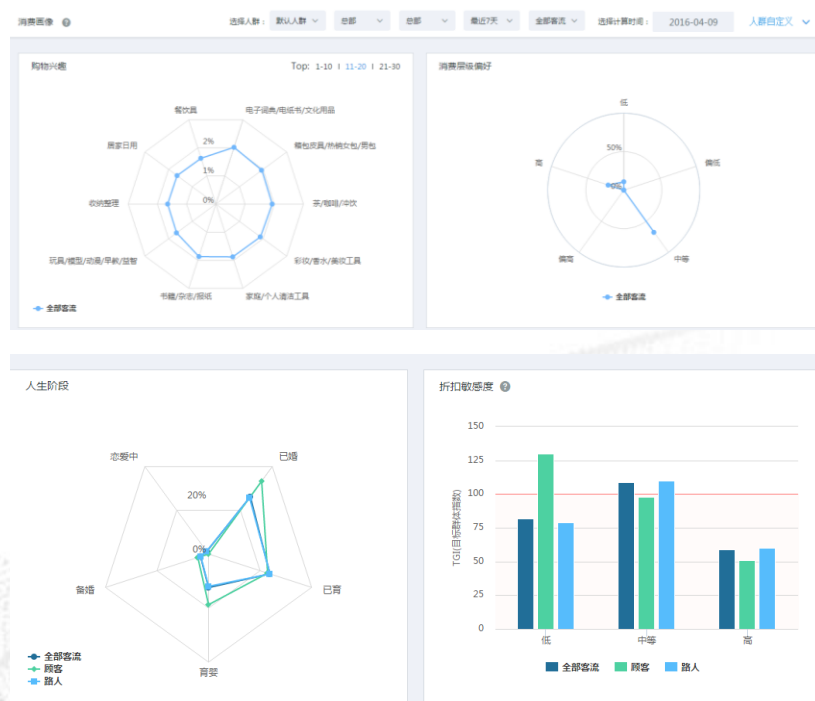
- ✓ 通过对商圈周边2-10公里生活区的人群特征分析，业态分布，指导商圈**招商**优化、平衡商户业态分布



精准营销—客户画像

- ✓ 打通线上线下数据，提供多维度人群特征画像，将客群自定义分层，帮助用户构成调研、营销策划、广告投放中做出精准决策

人群画像维度示例

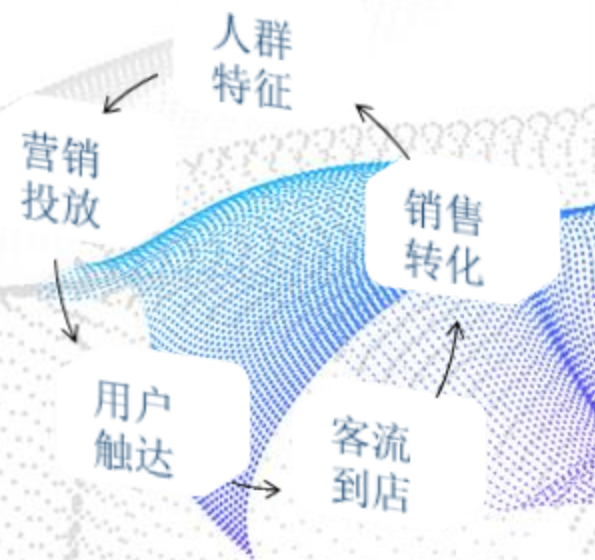


精准营销—营销触达与效果监控

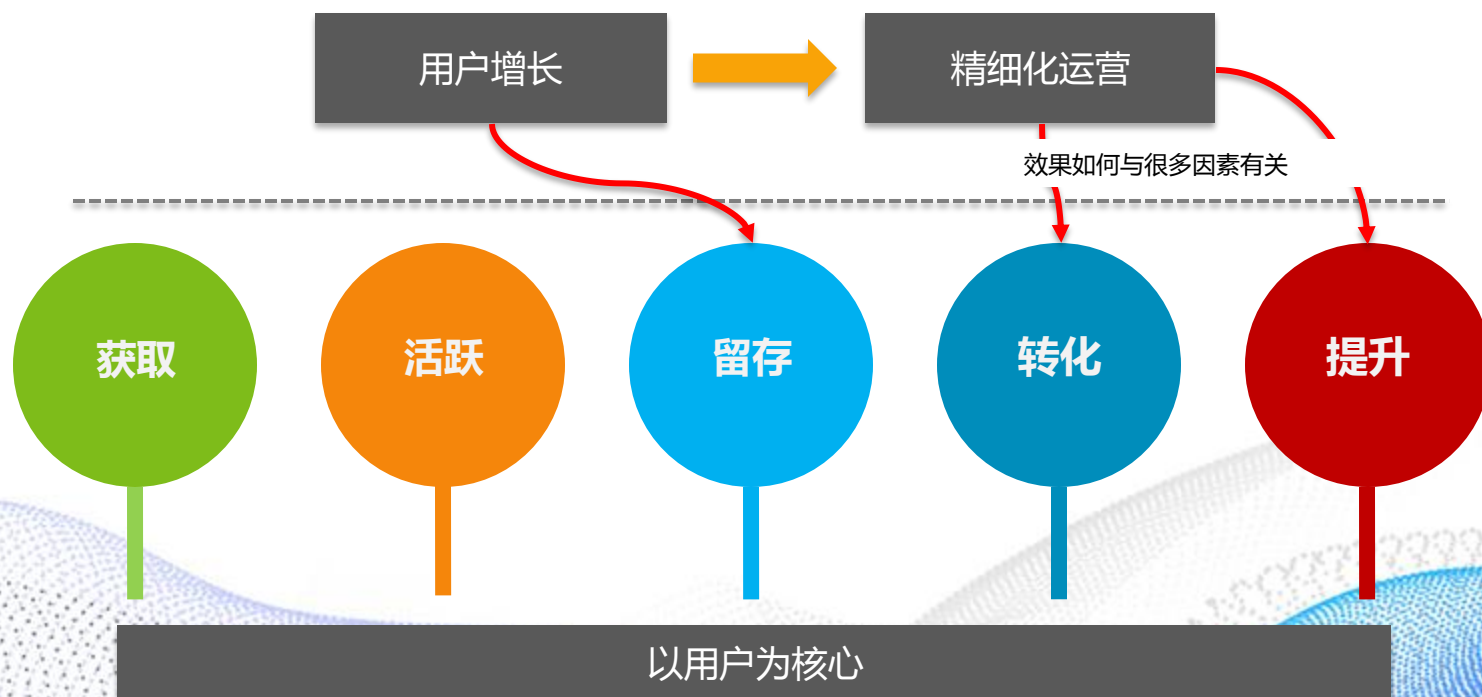
✓ 对接营销通道，分层营销，精准触达用户

人群名称	人群来源	人群规模	操作		
白色情人节相亲活动	线下客流	300,000	查看画像	营销对接	
2月车展试驾人群	广州车展	100,000	查看画像	营销对接	
2016半年CRM购买人群	凤凰汇店	150,000	查看画像	营销对接	
线下美妆讲座观众	一方上传	80,000	查看画像	营销对接	

✓ 营销活动引流到店的效果监测，打通线上线下互动增长的闭环链路



从流量增长到精细化运营



应用场景-精细化、个性化营销



多维个性化营销

会员生命周期分层

营销活动分层

商品使用周期分层

客单价分层

新老会员分层

精细切割客户群体

群体A

群体C

群体B

多角度透视客户价值

购买地点

客户
细分

忠诚度
轨迹

商品
属性

营销
行为

商品属性

购买时间

多触点营销



防疫劳控制

视觉计算带来的变化



应用服务层

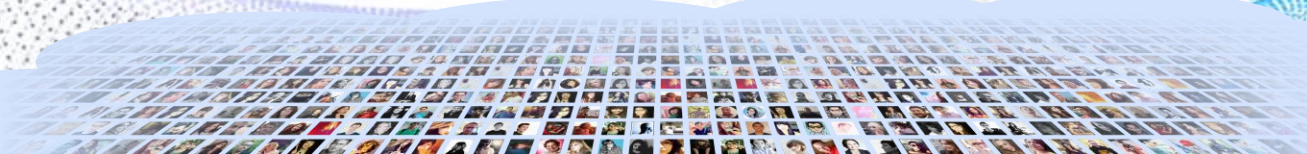
ODPS|ADS|RDS|OT

媒体信息库 | 索引 | 模型

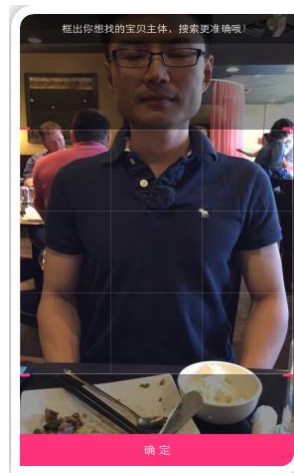
视觉计算中心 (识别、检测、特征等)

OSS|ODPS

图像视频数据和视觉关联数据



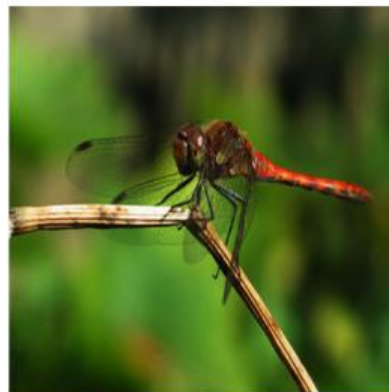
以图搜图在线搜索



图像视频的语义标注



Label	
日落	72.06%
美景	24.10%
天空	1.34%
日出	0.82%
湖	0.46%



Label	
蜻蜓	99.87%
微距	0.13%
蚂蚁	0.00%
蜜蜂	0.00%
虾	0.00%

- 从图像和视频中检测识别物品、人、场景、事件，并打上标签
- 利用网络上的大量公开图片自动学习，能适应自定义的标签列表

视频广告

- 自动植入式广告，不影响观看体验，不停顿、无打扰；
- 可根据视频场景和观众喜好植入定制化广告内容；



■ 场景三维建模和渲染

- 提取点云、重建平面、相机跟踪：SLAM/SFM技术
- 海报、3D模型与场景的融合：颜色转移和全局光照技术

■ 广告位的选取

- 场景分类、语义分割与物体识别：深度学习技术
- 视频分段、植入方向的选取：特征统计和深度学习技术

■ 精准投放

- 大数据技术：用户画像 + 个性化推荐引擎

语音技术拓展业务边界

业务人员与客户的语音对话

配送员：喂，你在家吗，什么时候方便？你买的東西到了。
张三：我不在家今天
配送员：那你什么时候在家？
张三：可能晚上吧，可以给我送过来吗。
配送员：晚上我们下班了
张三：那怎么办，白天我都没人在啊
配送员：那我也没办法的，不在家你买什么东西。
张三：.....



APP中客户通过说话和客服聊天



APP通过语音搜索某个应用





2017云栖大会·成都峰会
THE COMPUTING CONFERENCE

阿里云

云栖社区
yq.aliyun.com

飞天·智能

APSARA INTELLIGENCE

2017云栖大会·成都峰会

5月23日 成都世纪城天堂洲际大酒店