

# WIA WORLD INNOVATION AWARDS 2020 2020世界创新奖

疫情后重启新消费篇章

## 2020全球零售科技创新TOP50

*Next 50 in Global Tech: Retail*





## 世界创新者奖项 WIA

2020年度世界创新者奖项将由四个系列的报告和榜单构成，涵盖行业领先的上市公司/非上市公司，投资机构和杰出企业家的评选。系列研究报告和榜单是由亿欧EqualOcean主办的世界创新者大会的衍生产品，届时会在大会中进行发布。

### 《2020全球科技创新TOP50》系列报告

《2020全球科技创新TOP50》系列报告关注新一代全球技术创新领先的非上市公司。着眼于11个行业，亿欧公司出品了旨在探索全球创新机遇的系列研究报告。前沿的科技正在最深刻地改变和影响着这些行业的发展，而它们的走向终将塑造未来的全球经济版图。

世界创新者奖项中涉及的所有研究报告和榜单如下

## 上市公司

2020中国科技创新领袖上市公司TOP50

2020中国上市公司榜 TOP10

硬科技，大消费，汽车出行，产业互联，大健康，地产科技，金融，传媒

## 创新企业家

2020科技创新30人

2020中国青年科技创新30人

2020中国科学企业家30人

2020中国女性创业者30人

2020中国人工智能企业家30人

2020外国人在华科技创业30人

## 非上市公司

2020全球科技新领袖企业50榜单及报告

2020全球科技新领袖TOP50

2020全球科技创新50

人工智能，半导体芯片，消费，零售，教育，汽车出行，企业服务，智能制造，医疗大健康，地产科技，金融科技

## PE/VC投资机构

2020年度中国最佳私募股权投资机构榜单

投后服务，政府产业引导基金，科技，消费，汽车出行，产业/工业，大健康，房产科技，金融，媒体等领域

2020中国及全球明日之星100

2020全球明日之星100榜单

2020中国明日之星100榜单

# 目录

p. 4	导语
p. 5	报告亮点
p. 6	2020全球零售科技创新TOP50
p. 7	零售科技创新势在必行
p. 10	全球零售科技领域资本活跃
p. 11	消费者体验
p. 12	消费者运营
p. 13	供应链优化
p. 14	商品数字化
p.15	渠道建设
p.16	智慧门店
p.17	未来趋势
p.18	附录

## 导语

### 关于报告

对于历经160余年发展的现代零售业而言，围绕货、场、人的数字化探索始终没有停止，而科技自始便是推动零售业变革创新的重要力量。时至今日，线上电商获客成本不断攀升、线下零售增长遭遇瓶颈，新冠疫情的爆发更是加大了实体零售业的下行压力，一直以来存在的许多短板和问题暴露无遗。在技术渗透和巨头助推下，**零售行业进入智能化、数字化转型升级的加速发展期。技术应用和模式创新为零售业的发展注入活力，加速零售业增长模式的重塑。**

本报告全面总结本年度零售科技领域的市场动向和资本活动，以“人货场”三要素为主线，深入分析各种技术在零售场景中的应用落地和创新突破；并且在全球范围内筛选了在本年度内获得资本市场投资或发展迅速、融资轮次主要集中在B轮到C轮的零售科技公司，他们成立时间均在近十年以内，但在该领域已经崭露头角，是用技术驱动零售变革的创新者，形成2020全球零售科技创新TOP50榜单。

### 关于作者

【姓名】 李佳琪

【职位】 分析师

【邮箱】 [lijiaqi@iyiou.com](mailto:lijiaqi@iyiou.com)

【姓名】 黄渊普

【职位】 首席执行官

【邮箱】 [yuanpu@equalocean.com](mailto:yuanpu@equalocean.com)

【姓名】 张帆

【职位】 执行总经理

【邮箱】 [zhangfan@equalocean.com](mailto:zhangfan@equalocean.com)

【姓名】 李庆山

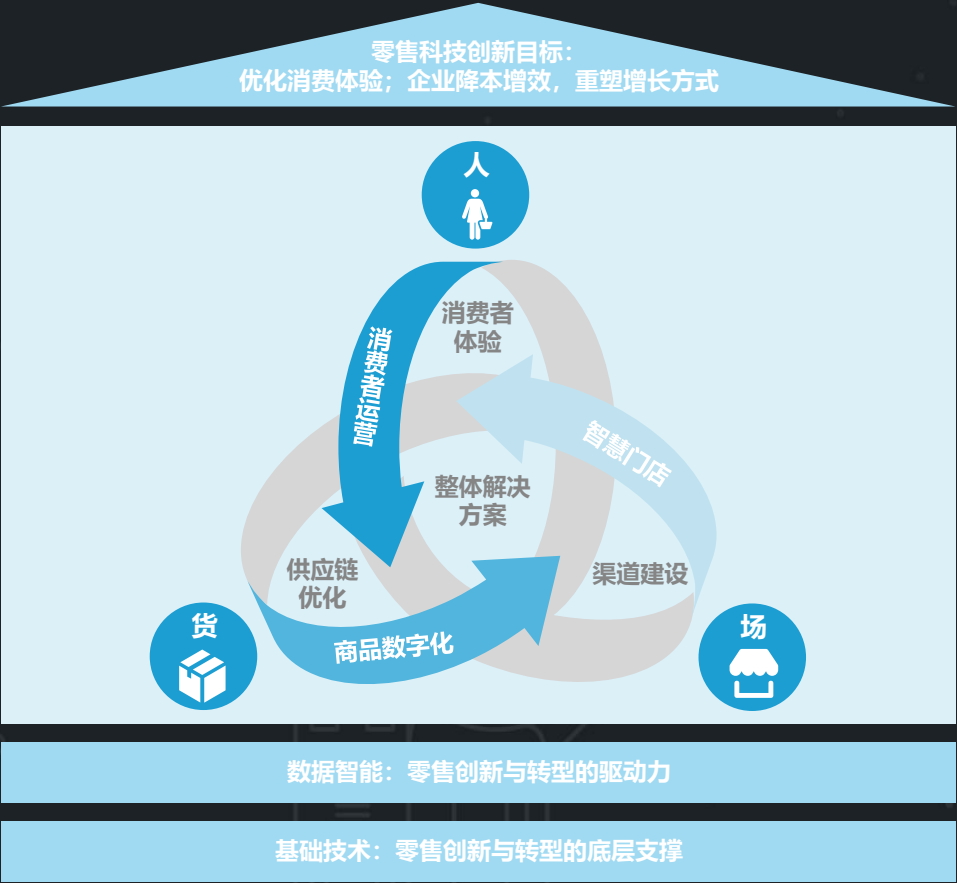
【职位】 研究副总监

【邮箱】 [liqingshan@iyiou.com](mailto:liqingshan@iyiou.com)

### 致谢

本次研究的进行离不开众多亿欧EqualOcean同事的努力，他们以自己的专业知识与行业洞察为本次研究做出了巨大贡献。同时，报告作者还想由衷感谢以下几位同事：高昂、刘欢、刘杨、吴曦雨。

# 报告亮点



- 本报告以零售的核心三要素“人货场”作为线索，探讨在科技创新应用下，三要素及其关系是如何变革和重构的。
- 结合零售科技创新的落地成果，亿欧EqualOcean提炼出“消费者体验”“消费者运营”“供应链优化”“商品数字化”“渠道建设”“智慧门店”六大类别，其中“消费者体验”“供应链优化”“渠道建设”分别专注于“人货场”三要素的优化革新；“消费者运营”处理的是“人”与“货”的匹配问题；“商品数字化”解决的是“货”在“场”内的管理问题；“智慧门店”聚焦的是“人”在“场”内的运营问题。此外，整体解决方案统筹“人货场”三要素，全方位助力零售业的转型升级。
- 在数字经济和数字化转型的热潮中，以数据中台为代表的数字智能是零售转型升级的强大驱动力。以数据和算法为基础，最大化地释放数据价值，为零售发展提供数据支持。
- 在具体应用成果之下，是人工智能、大数据、云计算、物联网等基础技术作为支撑。但因篇幅有限，报告未涉及基础技术的解读和企业研判。

## 全球零售科技创新TOP50

在零售行业升级革新过程中，零售巨头和科技巨头拥有丰富的行业积累和显著的技术优势，但新兴的零售技术公司也展现了巨大的生命力和创新力，这些公司近年来已经崭露头角，并在具体零售场景落地应用中显示出强大的发展潜力。

亿欧EqualOcean编制了2020全球零售科技创新TOP50榜单，旨在寻找运用前沿技术赋能零售行业、成为未来领先者的潜力零售科技企业。

### 2020全球零售科技创新TOP50企业图谱



备注:

以上分类以“人货场”三要素作为主线，按照技术在零售场景的应用分为八大类别。上榜企业的具体归类根据其市场定位和主营业务决定。上榜企业是亿欧EqualOcean根据包括融资金额、企业估值、技术壁垒等多个独立指标筛选得出，不因其与潜在或现有商业伙伴的合作关系而转移。

部分上榜企业因其多种行业属性和技术背景，也出现在《2020全球科技创新TOP50》系列报告中。

详细公司名称及信息请查看报告附录部分

# 零售科技创新势在必行

## 零售科技

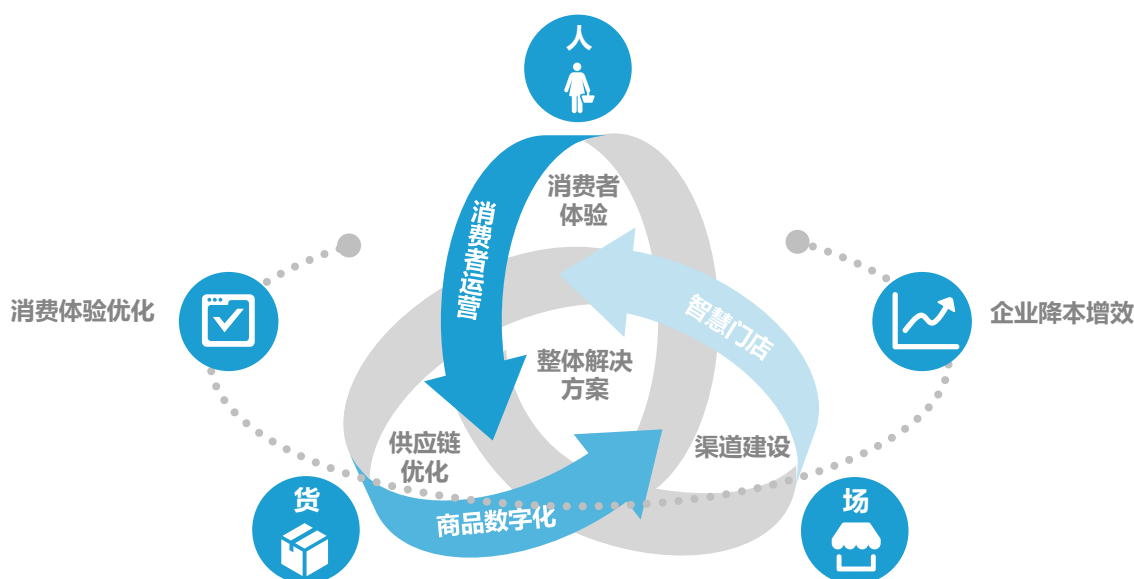
零售科技是指以数字化、智能化转型为目标，依托大数据、云计算、人工智能、物联网等技术，促进“人货场”三要素重塑，并不断激发模式创新，从而实现消费体验优化和企业降本增效的新一代技术应用。

零售科技中的“零售”不单指零售业，而是指广义上的各个行业中面向终端消费者提供产品和服务的类似零售性质的商业活动。

2020年，大数据、云计算、人工智能等技术在零售领域的应用落地越来越成熟，成果转化突出，并加速零售模式创新迭代，社区团购、到家业务、直播带货、餐饮零售化等发展迅速。在技术渗透、疫情催化、消费倒逼和数字经济的推动下，零售行业进入全面数字化、智能化转型的加速发展期。

## 科技创新赋能零售架构

### 零售科技创新重构“人货场”三要素



应用层	供应链优化	商品数字化	渠道建设	智慧门店	消费者体验	消费者运营
	智慧物流	电子标签	渠道线上化	客流管理	服务机器人	个性化推荐
	柔性供应链	商品溯源	全渠道融合	移动收银	数字交互屏	精准营销
	仓储机器人	库存管理	渠道创新	无人零售	虚拟试用	智能客服
	.....	.....	.....	.....	.....	.....

数据层	数据采集	数据清理	数据开发	数据科学	数据资产	数据可视化
-----	------	------	------	------	------	-------

技术层	大数据	云计算	人工智能	物联网	机器人	AR/VR
-----	-----	-----	------	-----	-----	-------

来源：亿欧智库分析

# 疫情加速零售转型变革

## 疫情催化

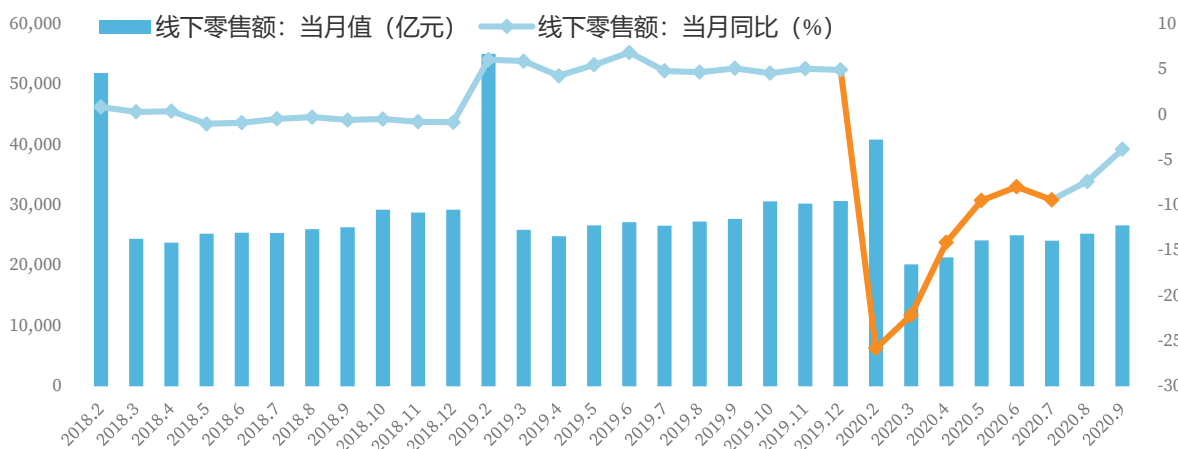
2020年初，一场突如其来的疫情席卷全球，打乱了各个国家的经济发展节奏、社会运行秩序和人们日常生活。疫情严重打击了线下实体零售业，使2020年1、2月份的线下零售额同比下降25%左右，整个上半年线下零售额增速一直为负值。

这一黑天鹅事件暴露了实体零售业诸多缺陷和问题：线上渠道能力不足、数字化程度偏低、精细化运营水平较弱、供应链后端能力缺乏支撑.....

所以疫情是一支催化剂，在给经济带来破坏的同时，也揭露了经济发展中亟待完善、优化之处，加速了数字经济时代的到来。

## 新冠疫情对线下实体零售产生巨大冲击

2018-2020Q3中国线下零售额当月值及当月同比



备注：线下零售额指社会消费品零售总额扣除实物商品网上零售额的部分，每年1月份和2月份数据统计合并  
来源：国家统计局，亿欧智库分析

## 数字化转型加速发展

突发的疫情对零售行业冲击巨大，但同时也使企业意识到进行数字化、智能化转型的必要性和紧迫性。他们认识到，通过对“人、货、场”的数字化重构，可以帮助企业实现在面临黑天鹅事件时对末端业务场所的实时管理和精准决策。

**这一转变促使零售数字化转型以前所未有的速度发展，零售科技创新加速落地应用，创造出更多市场机会。**

据中国连锁经营协会《新冠肺炎疫情对中国零售行业影响调研报告》，在新冠疫情后，受调研的零售企业中，83%表示未来将发展线上销售渠道，加快线上线下整合；另有68%的企业将“数字生态建设，构建起完整一体化的营销体系”作为未来战略发展方向；51%的企业会选择布局“多业态融合体系”。



**83%** 发展线上销售渠道，加快线上线下整合

**68%** 数字生态建设，构建起完整一体化的营销体系

**51%** 发展多业态融合体系，超市、便利店、购物中心、电商相互融合

**49%** 多元化发展，增强体验性和多元化

来源：中国连锁经营协会《新冠肺炎疫情对中国零售行业影响调研报告》，亿欧智库分析



## 不断变化的消费者

作为商品流通的最后环节，零售直接面向终端消费者，与消费者的关系最紧密。**零售的核心和最大变量始终是消费者，所以不断变化的消费者引领了当下零售发展的新浪潮。**

### 消费升级趋势方兴未艾

根据Euromonitor《2020全球十大消费者趋势》，我们可以发现，在科技高速发展和追求生活品质的双重驱动下，全球消费升级趋势仍在加强，消费者对产品品质及设计、服务质量及体验提出了更高的要求。

例如，在“千人千面”的趋势下，消费者享受个性化产品和服务，节省时间，提高效率；健康生活理念持续升温，消费者追求健康的生活方式，“无糖”“有机”成为热门概念；越来越多智能化、自动化的硬件设备走进人们生活中，代替完成繁杂枯燥的任务。

尤其是在中国，人均可支配收入平稳增长，极大提升了我国消费者的消费能力和消费信心，消费结构不断优化升级。中国也即将超越美国，成为全球最大的消费市场。

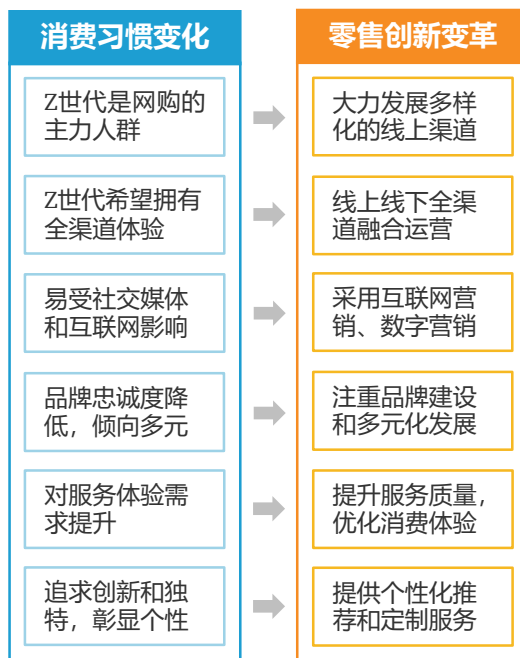


来源：Euromonitor《2020全球十大消费者趋势》，亿欧智库分析

### Z世代消费力量蓄势待发

**Z世代（Gen-Z）指出生在1995-2009年间的群体，全球约有18.5亿人，占据总人口的24%。**作为数字化原住民，Z世代伴随着计算机、智能手机等新一代技术而成长，深受互联网和社交媒体的影响，形成不同于千禧一代的个性和身份标签。他们更加包容和开放，具有全球视野；热衷社交和分享，易受外界影响；追求与众不同、独特和创新，彰显个性；重视体验，偏好兴趣社群……

**Z世代的购买力不容小觑，逐渐成为主力消费人群。**巴克莱银行计算，到2020年，Z世代已成为全球最大的消费群体，并会占据美国、欧洲和金砖国家消费市场40%的份额。这个年轻的消费群体背后隐藏着巨大的商业机遇，他们的消费态度、消费习惯、消费偏好也对企业发展有重要影响。同样，零售行业需要不断利用科技赋能，持续革新，以满足Z世代更高的消费期待。



来源：OC&C，罗兰贝格，亿欧智库分析

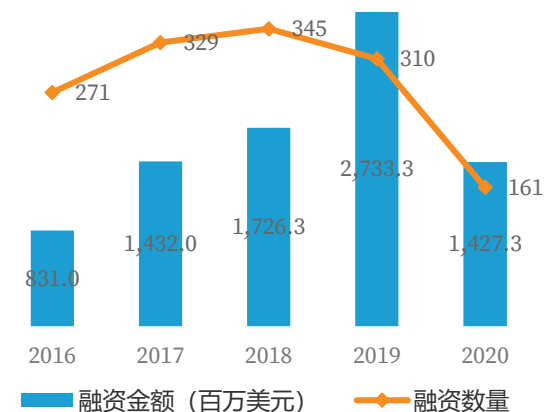
## 全球零售科技领域资本活跃

目前各研究机构对零售科技的概念、范畴和分类不尽相同，出入较大，亿欧EqualOcean主要采用“retail technology”检索词，在初创公司数据库网站Crunchbase上对零售科技领域的投融资事件进行汇总盘点。

2016-2019年，全球零售科技相关融资金额大幅增长，增长超过三倍以上，热度较高，融资事件数也保持在300笔左右。但2020年，受新冠疫情的影响，融资金额和融资事件数均急剧下降，疫情过后有望恢复。

### 疫情对全球零售科技融资打击较大

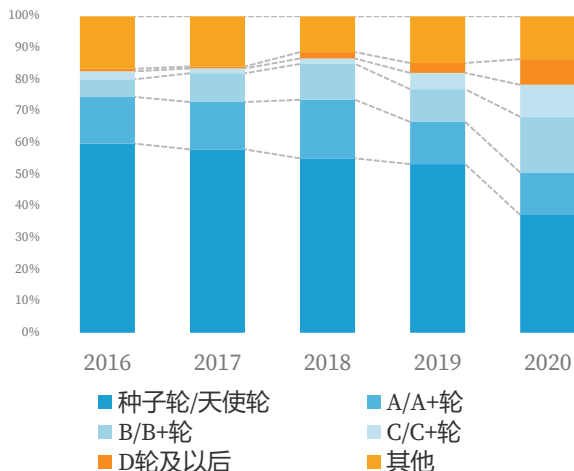
2016-2020年全球零售科技融资数量及金额



来源：Crunchbase，亿欧智库分析

### 全球零售科技融资轮次逐渐后移

2016-2020年全球零售科技融资轮次变化



来源：Crunchbase，亿欧智库分析

从融资轮次来看，2016-2020年间，种子轮/天使轮融资事件占比显著降低20%，B轮以后融资事件占比不断上升，在2020年达到约40%的比例。融资轮次明显后移，说明零售科技领域企业趋于成熟，市场也由萌芽期向成长期转变。

### 全球零售科技重大融资事件频出

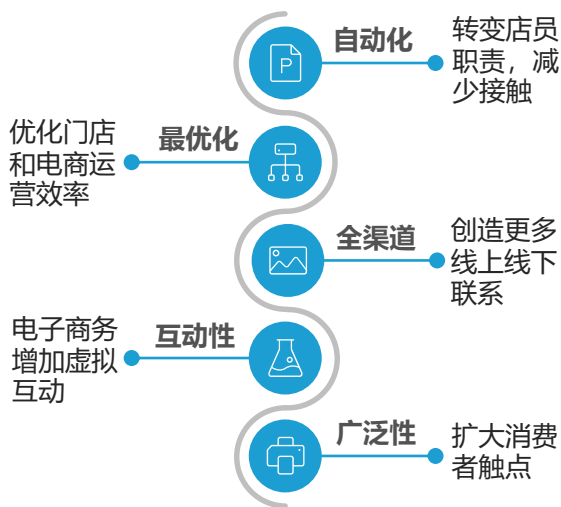
2020年全球零售科技重大融资事件盘点

被投资企业	国家	融资轮次	融资金额	主要投资方
极智嘉	中国	C+	亿元以上	云晖资本 祥峰投资Vertex
第四范式	中国	C+	2.3亿	Cisco思科，联想控股，松禾资本
云从科技	中国	战略投资	2.7亿	中国互联网投资基金，工商银行
Fabric	以色列	B	1.1亿	Temasek Holdings Playground Global
RELEX Solutions	芬兰	战略融资	2亿	Summit Partners, TCV
Faire	美国	E	1.7亿	Y Combinator, DST Global

来源：IT桔子，Crunchbase，亿欧智库分析

### 效率和触点优化吸引投资者注意

2020H1全球零售科技投资热点趋势

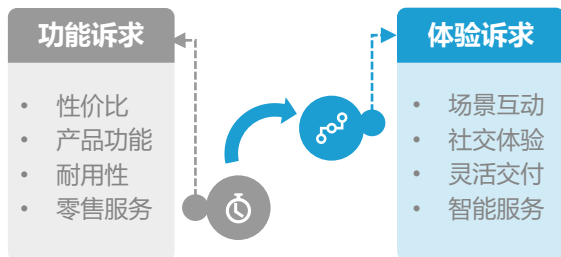


来源：CB insights，亿欧智库分析

## 消费者体验

相比较方便快捷的电子商务，实体零售需要特别注重消费者在店里的互动体验，这也是实体商业的优势所在。**在新消费的助推下，消费需求从功能诉求向由内容和服务组成的体验诉求进行转移，“体验式消费”再次走热。**

### 消费需求向体验诉求进行倾斜



来源：阿里研究院，亿欧智库分析

在技术的创新应用下，消费者感受到智能化的购物服务和体验式的场景互动，智能停车、找店、排队等功能提升效率、节省时间，AR游戏等则为购物消费过程增添更多趣味，在一定程度上加强了实体商家与消费者之间的联系。

**对于消费者而言，实体场景与技术的相融合，带来了全新的消费环境与购物体验。**消费者在互动过程中感受产品效果会自然而然地产生消费冲动，从而增强消费者与品牌之间的黏性，提升客户忠诚度，形成良好的消费者口碑营销。

### AR/VR

增强现实（AR）和虚拟现实（VR）技术利用“虚实结合”实现虚拟展示、虚拟试衣、宣传营销、互动娱乐等作用，给予消费者多元丰富的沉浸式购物体验，强化产品展示效果，让顾客更加了解产品。ABI Research预测，到2022年，全球将有超过120,000家商店使用AR赋能零售。

### AR/VR助力零售效果显著

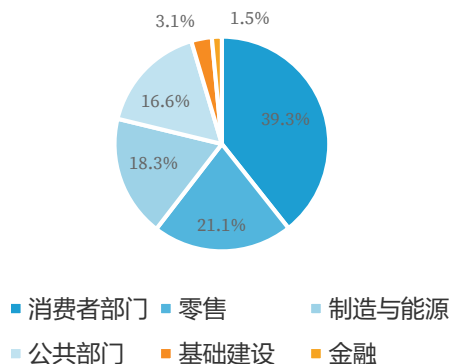
公司	应用效果
APOLO	AR技术将转化率提升25%；
	用户时长由6分钟提升至16分钟；
L'OREAL PARIS	线下销售额平均增长84%；
MODIFACE	互动时长增长117%；

来源：Apollo Box，Modiface，亿欧智库分析

IDC预测，在2018-2023年间，商用领域AR/VR相关支出最高的行业依次是零售、建筑和流程制作。AR/VR在零售领域的应用落地仍有很大空间。

### 零售行业AR/VR支出规模居商用之首

2020中国各行业部门AR/VR支出规模占比

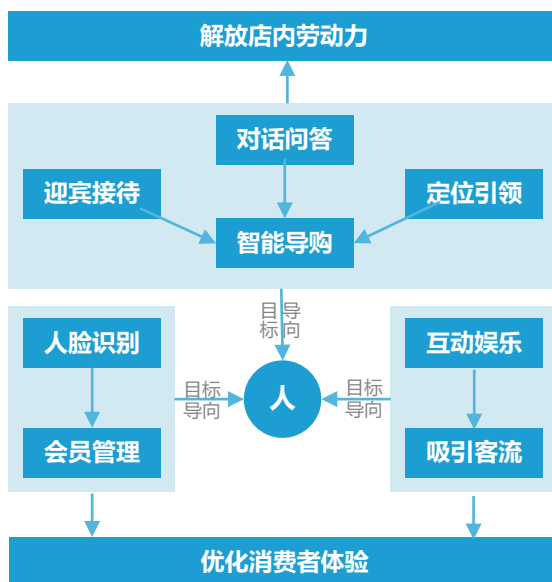


来源：IDC《全球增强与虚拟现实支出指南》，亿欧智库分析

### 商用服务机器人

导购机器人、送餐机器人等服务机器人越来越多地出现在零售领域，代替员工为消费者提供标准、优质的服务。同时，这为零售商面临的最大的资源挑战之一——员工流失，提供了一个潜在的解决方案。

### 商用服务机器人主要功能



来源：亿欧智库分析

## 消费者运营

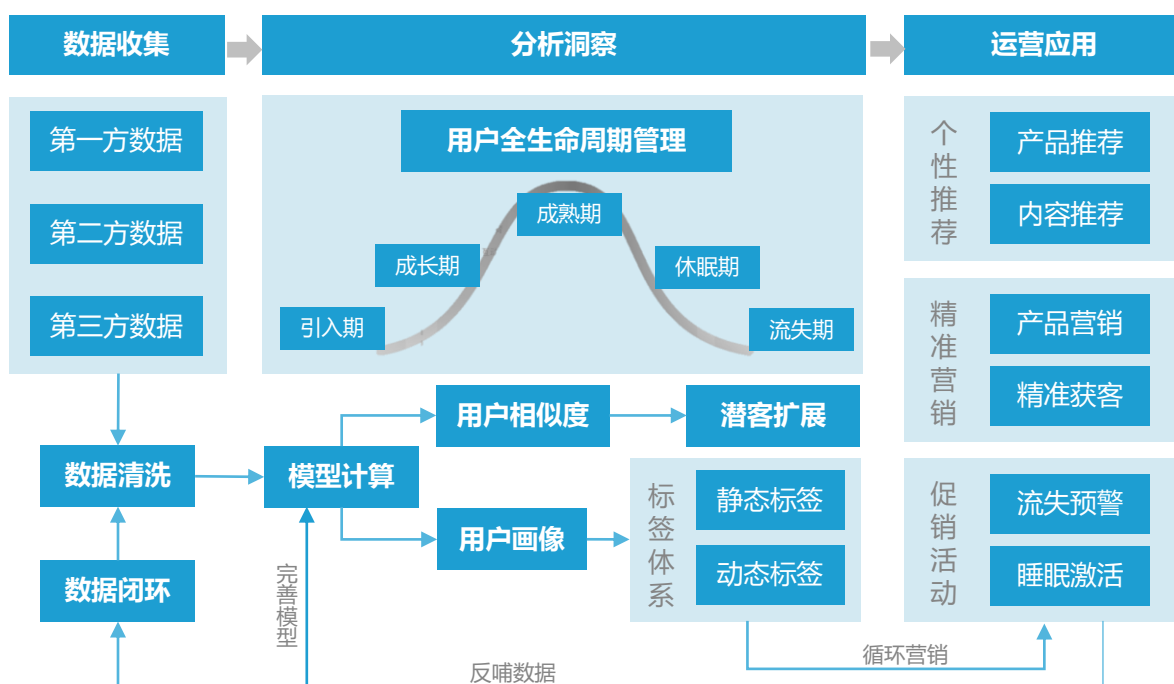
### 精准营销

在AI、大数据等技术的渗透下，精准营销越来越广泛地应用于零售场景。多渠道收集海量用户数据，建立用户样本库和标签体系；利用计算模型构建用户画像，并通过深度学习技术优化迭代，并且可计算用户相似度，挖掘潜在消费者；对用户进行全生命周期管理，助力企业提升客户终身价值；跟踪营销效果和交易反馈数据，以完善计

算模型和用户画像，同时将其反哺数据端，形成数据闭环。

精准营销、个性化推荐根据消费者的身份特征、消费记录、兴趣偏好等进行“人”“货”匹配，从而实现“千人千面”的效果，满足消费者个性化和差异化需求，增强粘性和满意度，并提升转化率、客单价、复购率等。但在精准营销的过程中，数据安全和隐私问题仍需关注。

### AI+大数据驱动精准营销



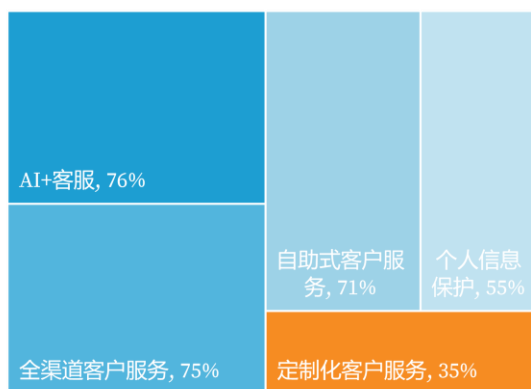
来源：亿欧智库分析

### 智能客服

随着电商零售的飞速发展，市场对客服的需求不断增长，对其及时性和高效性也有了更高的要求。传统客服面临人力资源成本高、服务效率低、消费数据分散割裂等痛点，智能客服正是这些痛点的解决方案。

智能客服覆盖售前、售中、售后全场景，可显著节省人力成本，提高消费者满意度、服务效率和销售线索转化率。在此基础上，智能客服系统同时可采集消费者信息标签，沉淀服务运维数据，为精准营销、智能化运营等环节提供数据支持。

### 消费者对智能客服的期待度较高



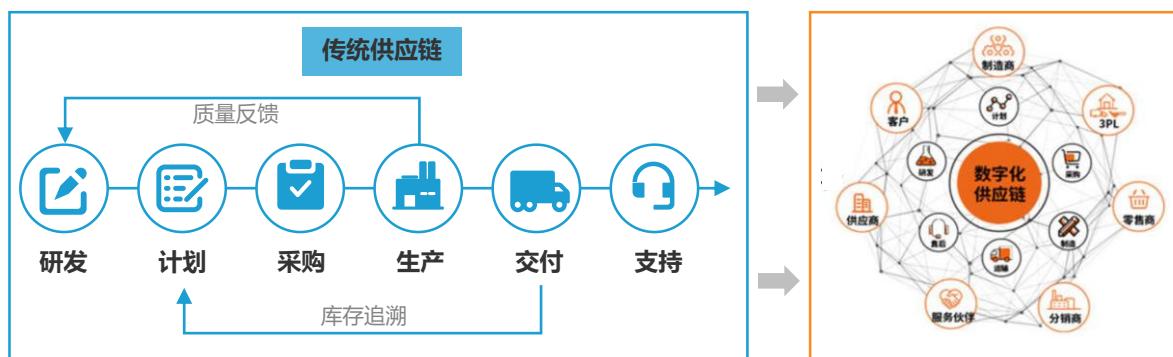
来源：埃森哲，亿欧智库分析

## 供应链优化

对于零售商、品牌商、餐饮商而言，供应链的重要性不言而喻。但是传统供应链为线性结构，流程和环节过多，信息流通慢且不畅通，灵活性差，导致市场的变化无法及时准确地传导到生产端，供应链上下游较割裂，容易出现库存积压或店内缺货等现象。

随着物联网、人工智能、大数据等数字化技术的运用，**这一线性结构被颠覆，企业供应链的运营向“网状”升级**，这将极大加强供应链各个环节的快速互联互通，革命性地提升整体供应链的运行效率。以消费者需求为中心，快速敏捷地感知市场变化，适应复杂多变的市场环境。

### 传统线性供应链向数字化网状供应链升级



来源：德勤，科箭软件官网，亿欧智库分析

### 仓储物流机器人

近年来，伴随着巨头入局、资本加码和政策利好，物流机器人AGV (automated guided vehicles) 和AMR (autonomous mobile robots) 在仓储物流领域热度居高不下，尤其是AMR依靠视觉感知、图像识别、深度学习等技术，协助仓储环节完成商品的自动分拣、自动搬运、自动出库，具有感知环境、自主导航、智能避障和智能跟随等功能。

根据权威数据机构Interact Analysis的报告，**2019年全球AMR行业总营收为7.49亿美元，同比上升70%**；即使在被新冠阴影笼罩的2020年，年增长率也预计将达到45%，让外界对其在后疫情时代的发展颇为关注。

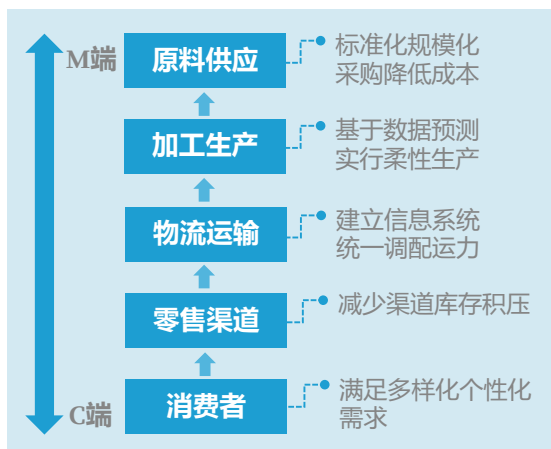
仓储物流机器人的应用越来越多，例如体育用品零售巨头迪卡侬在应用极智嘉“柔性可扩展机器人系统”后，发现由于货架摆放密度大幅提高，存储量显著增加了40%；有效减少了员工步行走动时间，仓库员工的生产力增加为原来的三倍以上；仓库所需劳动力大幅下降25%，劳动附加值大幅下降；库存差异大幅降低，准确率高达99.99%；帮助应对因居家隔离而激增的电商订单，有效缓解了仓库人力骤然短缺带来的挑战。

### 柔性供应链

**柔性供应链指供应链对需求变化的敏捷性和灵活性高，即能够迅速地适应市场和需求变化，并作出反应。**

柔性供应链解决了库存严重积压的问题，推动存货周转改善，提高商品流通效率；并且可以快速捕捉市场需求的变化，提升消费体验。

### C2M柔性供应链反应速度快



来源：光大证券，亿欧智库分析



# 商品数字化

传统零售中，商品只具备交易属性，而**通过商品的数字化升级，可以赋予其连接属性，为智慧零售提供数字基础。**

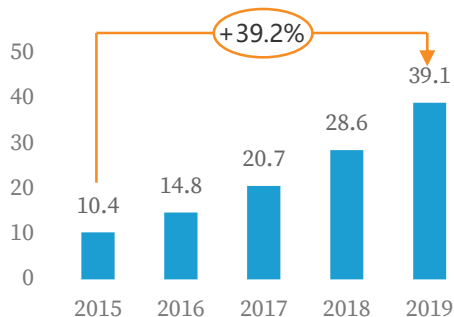
## 库存管理

**RFID (Radio Frequency Identification) 是物联网领域一项代表性技术，电子标签等RFID产品在零售行业早有应用，尤其是服装业。**其提高了货物出入、拣货、盘货的工作效率；向上游供货商提高库存的可视性，及时供货；与店内货架自动补货系统相连接，及时补货，最终实现高效和精细化的库存管理。

但是电子标签也存在一些缺陷，不小的成本对一些毛利较低的零售品类而言，投入产出比不理想。但今年初，日本材料厂商东丽开发出低成本生产IC标签的技术，把单枚标签成本降至2日元以下，仅为原来的5分之1左右。随着技术和研发进步，RFID技术将有更广阔的市场。

## RFID技术在零售业应用市场空间大

RFID技术在零售业应用的市场规模（亿美元）



来源：Technavio，亿欧智库分析

除了RFID技术外，**AI计算机视觉技术正在提高店内库存管理的自动化程度和效率。**随着零售商跨渠道销售的不断发展，库存管理会变得越来越重要。实体店需要准确实时的库存数据来更好地服务客户。

总部位于旧金山的 Bossa Nova 是一家提供货架扫描机器人的初创公司，其机器人能完成货架扫描，监督库存消耗情况以及放错位置产品的搜索等工作，并基于以上数据对商品品类的选择、采购提供智能决策支持。2020 年 1 月，Bossa Nova 宣布沃尔玛计划在全美 1000 家门店内引入其机器人。

## 商品溯源

**运用区块链技术完善商品溯源在今年仍继续发展。**区块链本质上是一种分布式数据库，具有去中心化、可追溯、防篡改、可视化、安全匿名等特性，运用到商品溯源实用性有保障。

区块链技术可以有效弥补原有商品溯源技术存在的不足，提高商品溯源的准确度和效率，增强供应链透明度，防范假冒伪劣。尤其是在食品行业，安全和质量问题要求更高，消费者通过食品溯源就可以查询食品的真伪、全程溯源信息，极大提升信任。

国内外零售巨头积极开拓该领域。IBM 的 Food Trust 是食品溯源方面领先的区块链参与者之一，全球各大品牌纷纷加入其中，包括沃尔玛、家乐福、雀巢等。今年“双十一”期间，京东数科“智臻链防伪追溯平台”已合作超1000家品牌商，落链数据超10亿级，消费者查询次数超750万次。

## 区块链技术增加商品追溯流程透明度



### 全流程追踪把控

以时间戳技术记录商品各环节信息

对方参与背书防范造假，增加信任度

### 对方共识机制

### 降低交易流通成本

减少重复审核验证，降低多方成本

全流程追踪取证，便于追责和规范治理

### 明确责任杜绝推诿

来源：亿欧智库分析

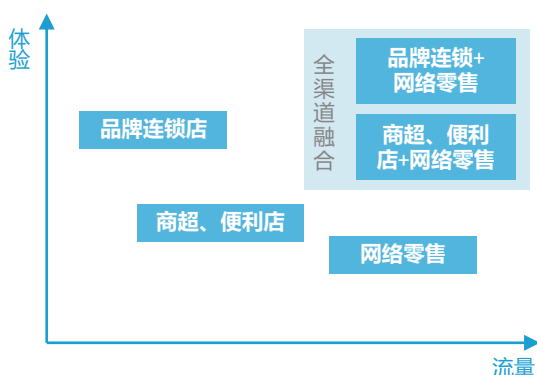
# 渠道建设

## 全渠道融合

过去，实体零售与线上电商是相互对立和竞争的关系，二者此消彼长，共同争夺零售市场份额。但随着线上获客成本攀升、线下业绩明显下滑，其发展都遭遇瓶颈。所以，从2013年O2O模式兴起，线上线下融合开始萌芽；2016年“新零售”的概念提出后，**线上线下全渠道融合成为零售业新的发展方向。**

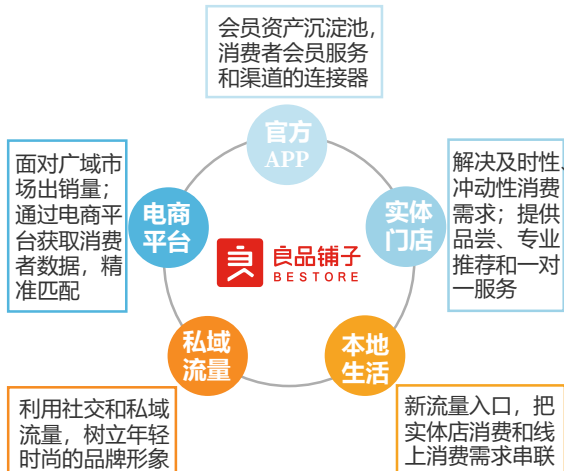
线上电商注重效率，提供方便快捷的购物过程；线下实体零售注重体验，提供实际感知、场景化的“体验式消费”。所以二者不能简单地相互替代，**传统零售和线上电商间的边界逐渐消失，全面整合打造线上线下新零售消费闭环，极大地提升用户体验和运营效率。**

## 全渠道融合整合体验和流量优势



来源：商务部流通产业促进中心，亿欧智库分析

## 良品铺子全渠道融合策略



来源：良品铺子招股书，亿欧智库分析

例如，今年2月份上市的良好铺子，是零食全渠道领先品牌商。借助官方APP、实体门店、电商平台、本地生活、社交电商五大渠道在后电商时代占据优势地位。良品铺子的销售模式主要分为线上销售和线下销售：线下销售包含直营门店、加盟门店、团购模式以及O2O外卖模式，线上销售包含B2B模式、B2C模式以及自营APP。

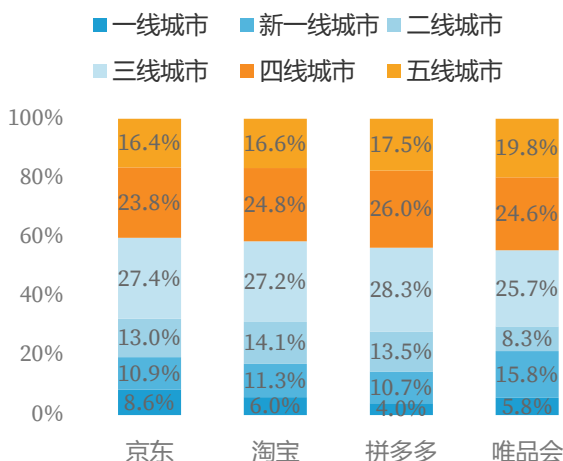
## 渠道线上化

**虽然线上电商流量红利收窄，但三线以下城市和农村地区的电商渗透率仍不高，还有很大的市场空间，未来线上电商增量用户主要来自下沉市场。**

所以实体零售商仍然需要大力布局线上渠道，提供电商解决方案的服务商也要抓住市场机遇，为零售线上化赋能。

## 下沉电商市场潜力大

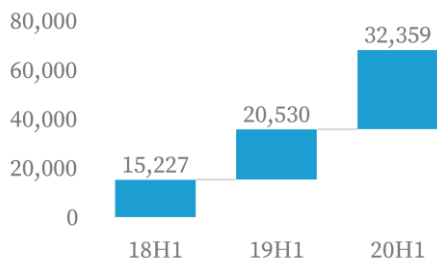
2020年618期间各电商平台新增用户所在城市分布情况



来源：QuestMobile，亿欧智库分析

## 零售渠道线上化市场需求旺盛

中国有赞新增付费商家数（家）



来源：良品铺子招股书，亿欧智库分析

# 智慧门店

在数字经济时代，传统线下零售门店面临诸多痛点。门店管理方式传统、数字化程度低；经营数据分散、无法准确指导经营；对客流信息感知度低，缺乏精准画像.....基于此，以人工智能、大数据等科技为基础的智慧门店解决方案应运而生。

## 智慧门店全方位解析



- ◆ **门店选址**  
采集备选地址周边顾客画像数据，根据品牌定位，选取最优位置。
- ◆ **门店引流**  
对门店附近特定人群进行精准广告推送，吸引客户上门。
- ◆ **会员识别**  
通过人脸自动注册会员、识别会员，简化流程，提高效率。
- ◆ **客流分析**  
精准统计和分析各项客流数据，为门店运营提供决策支持。
- ◆ **远程巡店**  
利用手机、电脑对门店进行远程高效巡查，大幅降低巡店成本。
- ◆ **经营分析**  
通过大数据分析表，全面解析门店经营状况，辅助管理。
- ◆ **监管防损**  
快速发现收银舞弊和数据异常问题，大幅减少门店收银内损。

**智慧门店在行业应用例子数不胜数，今年仍涌现出许多创新实践案例。**

例如，8月，亚马逊在美国加州 Woodland Hills 杂货店最先推出依靠内置技术的智慧购物车 Dash Carts，并应用至旗下首家高科技超市 Amazon Fresh 中。每辆 Dash 购物车都配备了摄影镜头、传感器、磅秤和显示屏幕，当消费者向购物车内添加商品时，Dash Carts 会一直跟踪商品，摄影镜头通过计算机视觉算法识别物品，可实现自动跟踪订单、自动结账。

此外，9月29日，亚马逊又宣布了名为 Amazon One 的掌纹识别技术，通过识别手掌的表面纹路和静脉图案，Amazon One 阅读器设备可创建真人的“手掌签名”。该技术结合了专有的计算机视觉算法和图像扫描硬件，来捕获手掌照片和加密图像。这项技术将初步应用于无人商店的“个人信用支付凭证”。

反观国内，在体育用品零售商滔搏运动的数字化转型路径中，有一项重要的设计就是智慧门店方案，核心是对门店“人、货、场”的数据采集，包括对进店客流量、客户店内移动路线和属性进行数据搜集，形成“店铺热力图”和“参观动线图”，帮助门店了解进店客户的产品偏好，进行货品的陈列、摆放和优化，优化销售策略，提升单店产出。



来源：悠络客企业官网，亿欧智库分析



## 未来趋势

伴随着新消费经济时代的到来，零售业加速变革与创新，零售业态、场景、渠道不断升级，价值链正逐步被拆解和重构，多类型的数字化能力建设和解决方案落地实践，“以消费者为中心”的核心宗旨正在从口号变为现实。

虽然当前各种前沿技术和产品在零售领域得以应用，但其应用落地仍处于初级阶段。未来，随着IT基础设施的发展、解决方案的完善和市场教育的加深，零售科技创新的应用场景必将更成熟、落地规模更庞大、与业务结合更深入、产业链条覆盖更全面，赋能效果更突出。

随着5G技术的成熟和商用化，智慧零售将迎来巨大的发展机遇。5G网络具有高速度、低时延、广连接的特点，其对基础信息网络的革新，使得数据资源能够更迅速地传递到零售产业链的各端，从而整个产业链配合得更加紧密、协调，提高整个产业链的运行效率。

但在零售科技发展过程中，我们也不能忽视一些隐患和风险：在数据驱动零售智能化过程中，必然涉及对消费者个人信息、消费记录等数据的采集和使用，这可能会侵犯、滥用和泄露个人隐私数据，政策监管层面对个人隐私数据的保护也在加强；传统零售企业缺乏数字化人才和数字化基因，导致组织数字化能力不足，如果不建立配套的组织架构和人才体系，科技赋能零售的过程中可能出现“水土不服”的问题……

零售企业要始终坚持优化消费体验和降本增效两个终极目标，拥抱数字化，迎接新发展！

## 附录

亿欧EqualOcean编制了2020全球零售科技创新TOP50企业榜单，我们相信这些新生代零售科技企业具有撼动行业格局的潜力。（榜单按细分行业和企业名称首字母排序）

企业名称	细分行业	国家	成立时间	最近融资轮次	最近融资金额 (百万美元)
NewStore	整体解决方案	美国	2015	Corporate Round	20
PredictSpring	整体解决方案	美国	2013	Series B	Undisclosed
SpotOn	整体解决方案	美国	2017	Series C	60
食亨科技	整体解决方案	中国	2017	Series B+	数千万美元
图匠数据	整体解决方案	中国	2016	Series B	数千万美元
再惠	整体解决方案	中国	2015	Series C	50
b8ta	消费者体验	美国	2015	Series C	50
Intouch	消费者体验	爱尔兰	2018	Series B	Undisclosed
猎户星空	消费者体验	中国	2016	Series B	Undisclosed
普渡科技	消费者体验	中国	2016	Series B+	15
云迹科技	消费者体验	中国	2014	Series C	数千万美元
ZeroLight	消费者体验	英国	2012	Series B	Undisclosed
Cooler Screens	消费者运营	美国	2017	Series C	80
Insider	消费者运营	新加坡	2012	Series C	32
Punchh	消费者运营	美国	2010	Series C	40
Sampler	消费者运营	加拿大	2013	Series B	4
Tekion	消费者运营	美国	2016	Series C	150
Udesk	消费者运营	中国	2013	Series C+	38
Fabric	供应链优化	以色列	2015	Series B	110
Fetch Robotics	供应链优化	美国	2014	Series C	46
灵动科技	供应链优化	中国	2016	Series B+	15
拼便宜	供应链优化	中国	2017	Series B+	30
Roambee	供应链优化	美国	2014	Series B	15.2
Shiprocket	供应链优化	印度	2017	Series C	13
Soft Robotics	供应链优化	美国	2013	Series B	23
Syrius炬星	供应链优化	中国	2018	Series A+	10
Focal Systems	商品数字化	美国	2015	Corporate Round	4.8
Gospotcheck	商品数字化	美国	2011	Series C	25
扩博智能	商品数字化	中国	2016	Pre-Series B	10
RELEX Solutions	商品数字化	芬兰	2015	Venture	200
Scandit	商品数字化	瑞士	2009	Series C	80
Akeneo	渠道建设	法国	2013	Series C	46
非码	渠道建设	中国	2014	Series B	9
虎赞科技	渠道建设	中国	2017	Series B	30
梦饅集团	渠道建设	中国	2017	Series C	Undisclosed
Nuvemshop	渠道建设	巴西	2011	Series C	30
AiFi	智慧门店	美国	2016	Series B	15
AnyVision	智慧门店	以色列	2015	Series B	43
BharatPe	智慧门店	印度	2018	Series C	75
Dor	智慧门店	美国	2015	Series A	Undisclosed
Greenbits	智慧门店	美国	2014	Series B	23
汉朔科技	智慧门店	中国	2012	Series C	Undisclosed
SandStar视达	智慧门店	中国	2017	Series B+	数亿人民币
云拿科技	智慧门店	中国	2017	Series A+	Undisclosed
Alkemics	数据智能	法国	2011	Series C	21
观远数据	数据智能	中国	2016	Series B	Undisclosed
Noodle.ai	数据智能	美国	2016	Series C	21
奇点云	数据智能	中国	2016	Series B	28
Skupos	数据智能	美国	2016	Series B	31
WakeData惟客数据	数据智能	中国	2018	Series B	10

备注:

以上分类以“人货场”三要素作为主线，按照技术在零售场景的应用分为八大类别。上榜企业的具体归类根据其市场定位和主营业务。

上榜企业是亿欧EqualOcean根据包括融资金额、企业估值、技术壁垒等12个独立指标筛选得出，不因其与潜在或现有商业伙伴的合作关系而转移。

部分上榜企业因其多种行业属性和技术背景，也出现在《2020全球科技创新TOP50》系列报告中。

# 免责声明

## DISCLAIMER

本篇报告所采用的公开数据与信息源由亿欧EqualOcean通过多个渠道搜集整理。虽然亿欧EqualOcean在桌面研究时已尽量采用可靠信源，但对信息的准确性、完整性及可靠性不做任何代表、担保及暗示。本报告中所得出的所有观点与结论不构成任何对于未来表现与长期结果的预测。任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议，或替代任何专业财务顾问及财务咨询机构的建议。本报告中的信息不受法律约束，且不为促成任何金融业务及财务交易。未经亿欧EqualOcean书面许可，禁止任何对报告部分或全部内容的转载。

想了解更多, 请访问 [www.iyiou.com](http://www.iyiou.com) 或  
[www.equalocean.com](http://www.equalocean.com).  
联系邮箱: [contact@equalocean.com](mailto:contact@equalocean.com).

# 版权声明 DISCLAIMER

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的获取但不作任何保证。

本报告版权归亿欧智库所有，欢迎因研究需要引用本报告部分内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。

## 关于亿欧 ABOUT EqualOcean

亿欧EqualOcean是一家专注科技+产业+投资的信息平台和智库；成立于2014年2月，总部位于北京，在上海、深圳、南京、纽约有分公司。亿欧EqualOcean立足中国、影响全球，用户/客户覆盖超过50个国家或地区。

亿欧EqualOcean旗下的产品和服务包括：信息平台亿欧网（iyiou.com）、亿欧国际站（EqualOcean.com），研究和咨询服务亿欧智库（EqualOcean Intelligence），产业和投融资数据产品亿欧数据（EqualOcean Data）；行业垂直子公司亿欧大健康（EqualOcean Healthcare）和亿欧汽车（EqualOcean Auto）等。

基于对中国科技、产业和投资的深刻理解，同时凭借国际化视角和高度，亿欧EqualOcean为中外客户提供行业研究、投资分析、创新咨询、数据产品、品牌公关、国际化落地等服务。已经服务过的客户包括华为、阿里集团、腾讯公司、Intel、美团、SAP、拼多多、京东健康、恒大集团、贝壳找房、GSK、富士康、上汽集团、蔚来汽车、一汽解放等。

# 亿欧服务 EqualOcean SERVICES

基于自身的研究和咨询能力，同时借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势；亿欧EqualOcean为创业公司、大型企业、政府机构、机构投资者等客户类型提供有针对性的服务。

## 创业公司

亿欧EqualOcean旗下的亿欧网和亿欧国际站是创业创新领域的知名信息平台，是各类VC机构、产业基金、创业者和政府产业部门重点关注的平台。创业公司被亿欧网和亿欧国际站报道后，能获得巨大的品牌曝光，有利于降低融资过程中的解释成本；同时，对于吸引上下游合作伙伴及招募人才有积极作用。对于优质的创业公司，还可以作为案例纳入亿欧智库的相关报告，树立权威的行业地位。

## 大型企业

凭借对科技+产业+投资的深刻理解，亿欧EqualOcean除了为一些大型企业提供品牌服务外，更多地基于自身的研究能力和第三方视角，为大型企业提供行业研究、用户研究、投资分析和创新咨询等服务。同时，亿欧EqualOcean有实时更新的产业数据库和广泛的链接能力，能为大型企业进行产品落地和布局生态提供支持。

## 政府机构

针对政府类客户，亿欧EqualOcean提供四类服务：一是针对政府重点关注的领域提供产业情报，梳理特定产业在国内外的动态和前沿趋势，为相关政府领导提供智库外脑。二是根据政府的要求，组织相关产业的代表性企业和政府机构沟通交流，探讨合作机会；三是针对政府机构和旗下的产业园区，提供有针对性的产业培训，提升行业认知、提高招商和服务域内企业的水平；四是辅助政府机构做产业规划。

## 机构投资者

亿欧EqualOcean除了有强大的分析师团队外，另外有一个超过15000名专家的资源库；能为机构投资者提供专家咨询、和标的调研服务，减少投资过程中的信息不对称，做出正确的投资决策。

欢迎合作需求方联系我们，一起携手进步；电话 010-57293241，邮箱 [hezuo@iyiou.com](mailto:hezuo@iyiou.com)

网址: <https://www.iyiou.com/research>

邮箱: [hezuo@iyiou.com](mailto:hezuo@iyiou.com)

电话: 010-57293241

地址: 北京市朝阳区霞光里9号中电发展大厦A座10层

