

无人零售市场炒作大于实际应用?

■ 本报记者 吴浩

“无人零售”想必是继“共享”后又一最流行的词语。2017年可以称之为无人零售的“元年”。无人零售包括无人超市、无人值守便利店、无人值守货架等不同形式。

根据RET睿意德中国商业地产研究中心报告显示,2017年无人零售商店交易额预计达389.4亿元。未来五年,无人零售商店将会迎来发展红利期,至2022年市场交易额将超2万亿元。

黑科技引领 无人零售潮流

不管是无人超市还是无人值守的便利店,它都只是表皮,真正的核心是通过智能的手段,来节约成本、提高用户体验,以及采集更丰富的线下数据。

亚马逊在2016年推出的Amazon Go宣传片,刷爆朋友圈。操作过程比较简单,人脸识别确认顾客身份、摄像头识别确认商品、手势识别判定商品状态、用户购买轨迹跟踪。得出精确的结算信息之后对相应用户的亚马逊账号进行扣费。主要用到计算机视觉、图像识别及深度学习等一系列智能技术。

无人零售尚在起步阶段,除了眼前的技术、场地、认知等问题,未来或许还将面对各种未知及突发风险。但随着科技的进步,商业模式的变革,无论是无人零售还是其他的零售模式,都将成为推动零售业发展的有效手段。

阿里无人便利店“淘咖啡”购买流程有些类似于Amazon Go,但有所不同的是在最后结算阶段需要通过一段特定的“结算空间”。技术上同样采用了机器学习、计算机视觉、图像识别等智能技术来对顾客的购买及消费行为进行识别。除此之外,还结合了传统的RFID生物识别技术,辅助其它先进技术以确保准确率。

只有想不到,没有做不到。货架现在也能成为智能数据收集中心。日前,缤果盒子推出了一款新产品“动态货架”,可以看人下“菜单”。利用人们不会关注的货架,通过摄像头捕捉货架上的所有信息,收集到比人工统计更真实的用户全流程高纯度数据,包括面部数据、视觉数据、动作数据等,从而为后台做判断提供最前端的资料。同时动态货架上还有专用的显示设备,可以根据需要随时修改商品价格、发布针对不同人群的差异化促销信息。

利用货架收集数据的想法并不只是只有缤果盒子一家,亚马逊的Amazon Go宣传片里也有此概念。

缤果盒子创始人陈子林向《中国企业报》记者介绍,动态货架可以实现三个功能,一、可以实现远程调价;二、品牌促销工具;三、根据不同消费者提供不同价格策略,真正让消费者看到价格下跌。

据记者了解,目前“动态货架”只是一个概念化的产品,因制造成本高达五位数,还无法批量生产,陈子林希望明年成本可以降低到一两千元,实现规模化落地。但同时有业内专家表示,商业化面部数据采集涉及个人隐私问题,是否能在市场化应用,现在争议还比较大。

无人零售落地难

虽然黑科技带来了新鲜的体

验,但在技术上还存在一些问题。

亚马逊原本计划在今年3月份对外开放的Amazon Go因选购人数一旦超过20人,店内的设备就无法正确追踪记录用户的行为及选购中的产品标签,开放计划只好延迟。

居然之家EAT BOX今年7月落地北京,不到一个月,EAT BOX就在实际运行中频频出现用户结算完成后,出门检测区提示有未结商品故障。EAT BOX的产品负责人表示,当前EAT BOX面临的难题就是多种技术的融合应用以及软硬件的开发与磨合。同样,有体验者在阿里无人便利店“淘咖啡”也遇到了同样的技术问题。

此外,阿里无人便利店采用物联网支付技术,混合运用计算机视觉和传感器感应,叠加“非配合”生物识别技术。据业内人士透露,这种方案的难点在于,随着店铺规模扩大,系统计算量会增

加,会给GPU带来巨大压力,其中识别的精确度更是难以保障。据了解,目前阿里的“淘咖啡”也仅可承载不足50人。

缤果盒子在今年7月份提出计划一年内完成5000个网点铺设,但截止到9月28日,其在全国仅落地158家。陈子林告诉记者,其核心原因是模块盒子的批量化生产难度没有足够的认知,包括其生产厂家准备也并不充足。

除此之外,场地也是难落地因素之一。因模块盒子是新事物,目前主要投放在中高端社区,之前并无先例。物业公司对于新生事物的投放都在观望阶段。

电商企业京东要入局无人零售的新闻屡屡传出,但迟迟未见有所动作。在10月17日“11·11全球好物节”发布会上,京东宣布,京东无人超市与无人便利店将在“双十一”期间在京东总部园区正式运营。

无人零售尚在起步阶段,除了眼前的技术、场地、认知等问题,未来或许还将面对各种未知及突发风险。但随着科技的进步,商业模式的变革,无论是无人零售还是其他的零售模式,都将成为推动零售业发展的有效手段,同时,也是促进经济增长的助推器。



中国企业报

《中国企业报》集团

为企业和企业家服务

担当企业、政府、园区的桥梁和纽带

打造卓越的全价值链、全媒体、全球化的产业服务平台

立足企业创新 引领产业升级
服务园区转型 链接全球资源

《中国企业报》集团,已由单纯的传统媒体转变成了一家主要为园区发展和战略性新兴产业成长提供投资、招商、咨询等综合服务,同时具有智库型财经传媒特色的新型产业发展服务集团,开辟了一个全价值产业链、全媒体支撑、全球化拓展的新局面。

与中央部委及各级政府建立了高效互动关系;与全国中央企业、中国500强企业、跨国公司与中国企业50万家企业会员等保持密切合作关系;与数百家国家、省、市(县)各级产业园区建立并保持战略合作关系;与数十家产业(行业)协会建立了资源协作关系;与数十家驻华使馆、驻华商会建立了友好合作关系。

<h4>资源聚合平台</h4> <ul style="list-style-type: none"> ◎ 中国企业园区国际合作联盟 ◎ 中国企业扶贫联盟 ◎ 中国新三板创值联盟 ◎ 中企B2B联盟 	<h4>智慧创新平台</h4> <ul style="list-style-type: none"> ◎ 中国企业发展论坛 ◎ 中国企业扶贫峰会 ◎ “一带一路”企业园区建设国际合作峰会 ◎ 美丽中国生态文明论坛 	<h4>企业大数据产品</h4> <ul style="list-style-type: none"> ◎ 中国企业年度百强(系列)榜单 ◎ 中国产业园区百佳(系列)榜单 ◎ 战略性新兴产业百佳(系列)榜单
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2017-02 指导:何宁 策划:刘海洋 制图:姜楠