

附件

## 智慧商店建设技术指南（试行）

（征求意见稿）

### 一、术语定义和适用范围

智慧商店是指运用现代信息技术（互联网、物联网、5G、大数据、人工智能、云计算等），对门店商品展示、促销、结算、管理、服务、客流、设施等场景及采购、物流、供应链等中后台支撑，实现全渠道、全场景的系统感知、数据分析、智能决策、及时处理等功能，推动线上线下融合、流通渠道重构优化，以更优商品、更高效率和更好体验满足顾客便利消费、品质消费、服务消费的商店。

本指南规定了智慧商店信息基础设施、服务精准化、场景数字化、管理智能化建设要求等内容，适用于指导单体零售商店，主要包括两大类：一是超市、便利店；二是百货店，并可适时推广至购物中心、折扣店（奥特莱斯）等零售业态。本指南内容，除指明仅适用于超市、便利店或百货店等业态的条目外，其他内容普遍适用各零售业态。本指南提及的各零售业态按照国家标准《零售业态分类》（GB/T18106-2021）划分。

### 二、建设原则

**坚持市场主导。**发挥企业主体作用，激发创新活力，以

数字化为工具，驱动转变发展方式，优化零售渠道，创新商业模式，提高管理效率，提升品牌影响力、核心竞争力和可持续发展能力。

**强化问题导向。**聚焦实体店面临的客流少、成本高、效率低、盈利难、品类单一、同质化严重等问题，从重构流通渠道和供应链的全局通盘考虑，系统性解决问题，推动场景革命、流程再造和精准营销。

**倡导因地制宜。**中小微企业可依托专业化第三方服务商提供数字化整体解决方案，实现降本增效；有条件的企业可自建数字化团队，结合实际找准市场定位，以数字化改造推动商店智慧化、品牌化、体验化发展，提高综合管理效能。

**回归商业本质。**围绕满足消费者需求变化，在发展中创新，在创新中发展，加强技术应用和模式创新，不搞“花架子”，务实推进线下线上融合、店配宅配整合，提升供应链效能。

### 三、建设内容

**（一）推动门店管理数字化。**鼓励应用 5G、物联网、大数据、云计算、人工智能、虚拟现实等新技术，推动线上线下融合，实施全场景、全链条、全用户、全品类的数字化，深挖信息数据分析，促进价值转化和改善门店经营，提升消费者购物体验。线下创新应用场景，推进智能导购、智能停车、电子结算、自助收银、电子价签、智能支付、个性定制、虚拟试衣间等智能化、便捷化购物体验。线上推进数字化转

型，推广立体展示、网络营销、直播带货、网订店取（送）等新模式。

**（二）推动供应链智能化。**推动零售流通渠道重构，推广集采集配、统仓统配、反向定制等新模式，打通结算、采购、物流等信息系统数据，利用数据助力降本增效和价值转化，发展柔性供应链、敏捷供应链，促进供应链扁平化、透明化、协同化。强化物流支撑，推广自动订货、组货选货、智能盘点、前置仓、无人仓库、周转筐循环共用，促进提效降本。鼓励第三方数字化服务商进行专业赋能，输出成熟的技术、服务和标准，引导线上线下渠道资源共享，促进商产联动、产销适配，实现“以大带小”和规模化复制推广。

**（三）实现服务精准化。**运用小程序、APP等营销工具，为消费者提供卡券线上发放、线下兑换，及活动发布、智能推送、积分通兑等数字服务，提升服务水平。鼓励线上导流、线下体验，线上线下流量共享，推动线上线下商品“同标、同质、同价”，统一即时送达服务，提供终端便捷查询、订单跟踪、售后服务等全链条、全流程服务。适应抗击疫情常态化需要，发展无接触交易等创新模式。配备智能储物柜、自助租赁设备，实行智能停车、扫码找车等服务，提升消费者购物体验。

#### **四、通用要求**

智慧商店各业态应共同遵循以下技术要求：

## **（一）信息基础设施建设要求。**

### **1.宽带基础设施。**

应具备 4G 以上的网络通信基础设施，鼓励建设和应用 5G 基础设施，布局有线网络和无线网络。

应在门店核心公共区域内铺设无线访问接入点设备，实现无线宽带（WiFi）全覆盖，为商户和消费者提供免费 WiFi 接入服务。

### **2.智能感知设施。**

应在商店、仓库、货架、结算等部位铺设射频识别、智能传感、高清摄像头等具有网络接入功能的感知设备，获取门店商品展示、促销、结算、管理、服务、客流、设施等场景及采购、物流、供应链等环节信息，采用 GS1 全球统一标识系统，实时获取数据、感知识别，初步实现感知智慧。

### **3.数据中心<sup>1</sup>。**

应通过对数据和流程的标准化，把感知采集的标准信息通过网络传输到数据中心，用于数据归档，建立强大的数据库，使各类数据分门别类按要求规整，实现数据的关联性、开放性、动态性，推进跨网络的横向纵向系统整合，实现规整智慧。应通过配置完善的计算机系统，建设数据中心，形成数据大脑，通过与 APP、小程序等营销工具、客户关系管理（CRM）、企业资源计划（ERP）、供应链管理（SCM）

---

<sup>1</sup> 是指门店的智慧中台，也称为门店数据大脑，多指通过自建数据中心或机房，或者租用云数据中心的方式，满足商店相关数据的存储和处理。

等管理系统、应用终端等连通，实现管理、服务、营销、运维及保障信息数据的存储与融合。

#### **4.智能运维设施。**

应采用智能控电系统、能耗管理系统、智能广播系统、智能环境检测系统等专业系统，在核心公共区域内铺设能耗管理、空气监测、电气设备运行管理等监测设备，为门店提供安全、高效、便捷、节能、环保、舒适智能化环境。

#### **5.系统支持。**

智慧商店的前台、中台、后台系统，每一个环节既能相互联系、互通有无，又能共享数据，优化资源配置，为智慧管理提供强大的系统支持，使各场景、各环节相互协调、协同。

### **（二）服务精准化要求。**

#### **1.数字营销服务。**

应运用小程序、APP、公众号、服务号、直播平台、多媒体互动屏等营销工具，为消费者提供促销活动、卡券线上发放和线下核销推广、信息发布、信息推送等服务，提高消费者到店转化率。

#### **2.电子会员服务。**

应建有 CRM 或电子会员系统，通过电子会员卡，实现会员基础信息管理、消费订单管理、积分查询、积分通兑等功能。

### **3.精准推送服务。**

应借助小程序、APP等工具，在依法合规前提下，根据消费者偏好和历史消费记录，经消费者同意后推送个性化营销信息，引导消费者到店进行消费和享受服务。

### **4.线上线下一体化服务。**

应提供线上线下一体化服务，包括但不限于线上线下商品“同标、同质、同价”，统一即时送达服务，以及线上线下商品价格查询、终端便捷支付、查询订单、物流状态跟踪、售后服务等全流程、全场景信息互通等。

### **5.大数据应用服务。**

在依法合规前提下，门店及其运营方可结合人工智能算法及大数据分析模型，实现消费者行为的在线分析，并能进行消费和客流等趋势分析及预测，为门店数据交互、商品营销、采购订货、活动策划等提供支持。

### **6.智慧体验。**

消费者在利用智慧终端查找商品、导购、追溯、结算、停车等方面，能体验到智慧化带来的服务便捷、效率提升、成本降低、质量安全和环境舒适。

## **（三）场景数字化要求。**

### **1.智能支付。**

应提供智能云销售终端、自助收银系统、扫码购（移动智能支付）等多种智能支付渠道，消费者可根据需求自由选

择支付方式，实现快速便捷结账。

## **2.智能自助设施。**

应设置智能储物柜、自助手机充电设备、轮椅或婴儿车等自助租赁设备，以及智能扫地机器人等，为消费者提供便利化购物体验，提高门店运营效率。

## **3.电子价签。**

有条件的门店可采用商品电子价签，实现后台价格改动，前台价签实时更新，并实现补货和拣货提醒。电子价签设置符合《物联网电子价签系统总体要求》国家标准。

### **（四）管理智能化要求。**

#### **1.智能办公。**

应使用办公自动化软件、专业财务管理软件等进行内部管理，办公系统具备流程管理、文档管理、文件流转、审批管理、人员动态展示、公告、新闻和通知等功能，能够实现电子计算和财务处理自动化。

#### **2.智能分析管理。**

应通过运用大数据分析和人工智能技术，统计客流数据，对驻留率、店内动线、热力分析等多维度分析，对各类商品和服务的销售进行综合统计，根据商户、时间段、商品类别、销售渠道等多种维度分析、绘制图形，并能导出数据报表和分析结果，为商户提供信息服务，为门店及其运营方决策提供支撑。运用智能的模拟器模型等手段分析人、货、

场和供应链等问题，根据问题提出假设，并在实践过程中不断验证问题，发现新问题。系统运行时能自行调用原有经验数据，随时发现管理漏洞与薄弱环节，从而发挥智能分析的作用。

### **3.优化决策。**

结合特定需要，根据不同的情况评估成本、时间、效率、质量、服务、碳排放和其他标准，评估基于概率的风险，进行预测分析，协同制订决策，提出最合理有效的解决方案，使管理决策更加准确、科学。

### **4.自动修正。**

能按照最有效的解决方案，系统自动遵循最快捷有效的路线运行，并在发现问题后自行修正且备录在案，方便日后查询。

### **5.及时反馈。**

所有数据要做到实时更新，尤其对人、货、场异常情况应提前预告预警预判。反馈是实现系统修正、系统完善必不可少的环节，贯穿于智慧商店前台、中台、后台系统的每一个环节，为管理者了解商店运行情况，及时解决系统问题提供强大的保障。

## **（五）兜底保障措施。**

### **1.数字化合法合规性。**

智慧商店建设过程中，门店及运营企业必须建立适当的



内控合规机制和物理保障措施，确保以数字化技术手段收集、存储、应用信息全流程的合法合规。

## **2.保障特殊群体需求。**

门店智能技术和设施的应用，应充分考虑老年人、残疾人等特殊群体的需求，以免影响其购物和生活。同时，门店应具备为老年人、残疾人等群体提供传统服务和保障的能力。

## **五、分业态要求**

智慧商店各业态除共同遵循上述通用要求外，相关业态还应分别符合以下要求。

### **（一）百货店要求。**

#### **1.智能引导。**

应配置智能导购系统，通过配置智能导购屏或智能导购机器人，集成商品信息发布、营销活动信息发布、优惠、活动信息展示等功能，为消费者提供人工智能（AI）自助咨询、增强现实（AR）室内导航、自动识别、虚拟现实（VR）直播等智能化查询和导引，营造更便捷、更人性化的购物体验。

#### **2.信用管理。**

应在依法合规前提下，建立基于大数据的商家征信体系，通过共享信用，提供中小商家征信服务。在门店内每个店铺设置信用二维码，消费者可通过二维码查询商户信用信息或投诉维权。

### **3.智能体验。**

应运用 AR、VR、AI 等智能技术，通过设置虚拟试衣镜、智能试衣间、智能货架等智能硬件和互动系统，增强服务体验功能。

### **4.反向定制。**

可依托大数据，与众多供应商和品牌商联合预测消费者需求及购买行为，推动 C2M 反向定制，精简流通环节，实现整个供应链的智能化、柔性化管理，快速响应市场，促进供需匹配和动态平衡。

### **5.巡更巡检管理。**

应配置智能化巡检系统，具备通过视频巡更代替或补充人工巡更的功能，能够通过巡检机器人、监控视频等实现智能化巡检。

### **6.智能监控。**

应在门店主要出入口、停车场、核心公共区域内配备视频监控系统，支持图像识别等 AI 视觉技术，能实现图像的实时远程观看和客流量监测。

### **7.智能停车。**

应设有智能化停车设施，支持停车场电子收费和先离场后付费无感停车，提供停车场数据监控、智能化管理车位等服务，支持手机扫码找车。

## **(二) 超市、便利店要求。**

### **1.智能采购。**

应具备自动订货系统和智能选品决策系统，利用人工智能、大数据技术实现商品销售预测、补货计算、智能选品和精准定价。鼓励生鲜商品采取预售制，当日订、次日达，通过推广标准托盘和周转箱循环共用、全程不倒托不倒箱等模式，降低库存损耗。

### **2.智慧仓储。**

应具备标准化仓库和自动盘点系统，能够实现商品分布式智能分拣、配送，实现货物存储量和周转速度最大化。引导上下游供应商共同推广统仓统配、门店直达等模式，减少无效的物流环节，推动前置仓与区域仓、门店等共享商品信息，做到库存通、商品通、价格通、数据通和店仓配一体化。有条件的企业可开展无人仓、机器人作业等技术应用。

### **3.综合集成管理。**

通过建设统一的供应链管理平台，打通收银结算系统、订单采购系统、物流系统、会员管理系统、供应商管理系统等，实现数据共享、功能协同和有效集成，提升供应链管理智能化水平。