

DB3205

苏 州 市 地 方 标 准

DB 3205/T XXXX—2024

数智零售门店运营管理规范

Specification for operation management of mathematical intelligence
retail store

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

苏州市市场监督管理局 发布

目 次

前言	III
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 总则	1
4.1 经营内容	1
4.2 运营管理要求	2
5 系统架构	2
5.1 系统架构图	2
5.2 总体要求	2
5.3 前台	2
5.4 中台	3
5.5 后台	3
6 硬件设施	3
6.1 基本要求	3
6.2 全路径	3
6.3 收银区	4
6.4 货架区	4
6.5 仓库区	4
7 数智化运营	4
7.1 智能选址	4
7.2 数字营销	5
7.3 电子会员	5
7.4 智能补货	5
7.5 门店经营分析	5
7.6 数字安防	5
7.7 智慧体验	7
7.8 智能巡店	7
8 业务中台系统	8
8.1 业务中台	8
8.2 品类管理中心	8
8.3 供应商管理中心	8
8.4 采购中心	8
8.5 定价管理中心	9
8.6 订货中心	9
8.7 智能陈列中心	9

8.8	促销中心.....	9
8.9	库存中心.....	9
8.10	订单中心.....	10
8.11	智能配送中心.....	10
9	数据中台系统.....	10
9.1	数据中台.....	10
9.2	顾客画像.....	11
9.3	智能选品.....	11
9.4	销售预测.....	11
9.5	物流轨迹.....	11
9.6	客流数据.....	11
9.7	商户数据.....	11
9.8	一键报警.....	11
9.9	数据安全.....	11
10	组织管理.....	12
10.1	人事管理.....	12
10.2	财务管理.....	15
10.3	法务管理.....	16
11	投诉与评价改进.....	16
11.1	投诉.....	16
11.2	评价改进.....	16
	附录 A（规范性） 数智零售门店建设与运营管理评价表.....	17
	参考文献.....	20

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由苏州市连锁经营商会提出。

本文件由苏州市商务局归口。

本文件起草单位：苏州市连锁经营商会、江苏新合作常客隆数科商业有限公司、中软国际科技服务有限公司、苏州味知香食品股份有限公司、苏州市怡家乐便利店管理有限公司、爱维尔（苏州）食品有限公司、苏州市商业经济学会、苏州什物谷商业管理有限公司、江苏新天地连锁超市有限公司、苏州花园饼屋有限公司、华为云计算技术有限公司、苏州经贸职业技术学院、上海商米科技集团股份有限公司、杭州今元标矩科技有限公司、阿里云计算有限公司、苏州万店掌网络科技有限公司、江苏兴乡网络科技有限公司、苏州麦斯达夫标准技术服务有限公司、杭州海康威视数字技术股份有限公司、深圳市科脉技术股份有限公司、用友网络科技股份有限公司、苏州交投鑫能交通科技有限公司、江苏钱大妈科技有限公司、苏州太湖雪丝绸股份有限公司、苏州农业职业技术学院、苏州芦苇科技有限公司。

本文件主要起草人：王旭、包乾申、章伟伟、吴中山、徐拥军、夏骏、赵术丁、罗建英、赵红、张玉、赵驰轩、凌守兴、颜华明、金晓斌、祖春吉、周薇、李嘉良、王松、李忠美、王春兰、王翠、甘雨、李斌、李艳、张靓、林坚、周扬海、谢婷婷、郑波、王钊柱、季宇飞、舒奇、曾昭志、唐永刚、陈雨焱、袁旻晗、杨禄、殷志扬、欧洋。

数智零售门店运营管理规范

1 范围

本文件规定了数智零售门店运营管理的总则、系统架构、硬件设施、数字化运营、业务中台系统、数据中台系统、组织管理及投诉与评价改进。

本文件适用于苏州市数智零售门店的运营管理工作。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

- GB/T 18106 零售业态分类
- GB/T 28843 食品冷链物流追溯管理要求
- GB/T 41834 智慧物流服务指南
- SB/T 10568 连锁店店长岗位技能通用要求

3 术语和定义

GB/T 18106界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

零售业态 retail formats

为满足不同的消费需求，商品零售经营者对相应要素进行组合而成的不同经营形态。包含便利店、超市、折扣店、百货店、专业店、品牌专卖店、集合店、无人值守商店等形态。

[来源：GB/T 18106，2.2]

3.2

零售门店 retail store

为消费者提供商品销售和服务的消费场所，以小额或单一个数售卖为主，区别于大宗货物的批发。

3.3

数智零售门店 mathematical intelligence retail store

采用新一代信息技术和智能设备，对零售门店业务流程进行支撑，推动零售门店数字化、智能化升级，实现全渠道融合、全流程优化和降本增效，以满足消费者更好的消费体验和消费需求的零售门店。

4 总则

4.1 经营内容

涉及经营各类日常生活用品、百货、食品（包装食品、即食品和现场制作加工食品）、生鲜、二类医疗器械、保健品等面积在50m²-6000m²不同零售业态的零售门店。

4.2 运营管理要求

4.2.1 以零售门店为销售终端，运用数字化、智能化技术，驱动零售企业创新发展，提升企业运营效率，实现人员、商品、营销、供应链、财务、安全管理等业务流程数字化，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。

4.2.2 以顾客需求为导向，提供更匹配的产品和更便捷有效的服务，实现全渠道交易，提升顾客满意度。

5 系统架构

5.1 系统架构图

系统架构图见图1。



图1 系统架构图

5.2 总体要求

通过云计算、服务器等基础设施部署各类系统，在前、中、后台使用开箱即用的SaaS云服务软件产品或自主研发软件产品。

5.3 前台

5.3.1 具有微信、小程序、网站或第三方平台等营销渠道。

5.3.2 开展数字化运营，包括但不限于：智能选址、数字营销、电子会员、精准推送、智能补货、线上线下一体化、门店经营分析、数字安防、智能消防、智慧体验及智能巡店等。

5.3.3 可配备数字化、智能化设施设备，包括但不限于：无线网络、智能购物车、智慧安防、智慧广播、自助收银机、智能 POS 机、人脸识别机、手持便携收银机、智能货架、电子广告屏、电子价签、AI 电子条码秤、智能温控、智能导购、手持盘点机、手持拣货终端、手持优选发货打印机等。

5.4 中台

基于前台和后台，以信息共享为前提，建立业务中台和数据中台，如：

- a) 业务中心：品类管理中心、供应商管理中心、采购中心、定价中心、订货中心、智能陈列中心、促销中心、库存中心、订单中心、智能配送中心等；
- b) 数据中台：顾客画像、智能选品、销售预测、物流轨迹、客流数据、商户数据、数据安全等。

5.5 后台

具有技术服务平台、组织管理系统、法务功能系统以及安防管理系统等保障数智零售门店运营。

6 硬件设施

6.1 基本要求

门店各场景区域应配备数智化设施设备，设施设备分布图见图2。



图2 设施设备分布图

注：各区域设施设备包括但不限于上述的内容，设施设备在各区域的位置不固定。

6.2 全路径

门店各处可配备无线网络、智能购物车、智能安防等设施，包括但不限于：

- a) 无线网络：提供店铺内智能设备和顾客联网；
- b) 智能购物车：识别商品列表与实际重量偏差、智能防损、录入商品、直接支付、路径导航、顾客动线和停留时间记录、智能推荐；
- c) 智能安防：通过智能监控、门禁等硬件设备，结合算法模型，完成人员离岗监控、消防通道占用识别、警情视频留存、温湿度传感、安消智能摄像机、热成像摄像机、烟感探测器等消防设备，实现温度异常、火点检测、烟雾生成的自动告警等全场景覆盖，通过数字化系统分析，实现隐患预警、异常快速处理、数据追溯；
- d) 智慧广播：通过广播系统，实现门店活动的轮巡播报以及背景音乐播放等。

6.3 收银区

收银区可配置自助收银机、人脸识别机、智能POS机等设备，包括但不限于：

- a) 收银机：产品管理、挪动出单、扫码收款、团购核销、排队取号、外卖聚合、整合收款数据，一键生成财务报告、随时掌握库存动态、小票打印、生成数据报表；
- b) 自助收银机：顾客能以自助的方式扫描商品、结账付款，自主选择打印交易凭条和购物清单；
- c) 人脸识别机：顾客站在机器识别人脸的位置进行精确身份核验和支付，第一次使用时在人脸识别机器上按照提示与手机号、支付宝等信息进行绑定；
- d) 智能POS机：扫码支付、刷卡支付和验证码消费确认；
- e) 扫码支付：扫描柜台上二维码进行支付。

6.4 货架区

货架区可配置智能货架、电子广告屏、电子价签、AI电子条码秤等设备，包括但不限于：

- a) 智能货架：补货提醒、陈列监管、价格管理、促销管理、智能推送；
- b) 电子广告屏：展示促销商品、精选商品、优惠券等店铺信息；
- c) 电子价签：显示定制化商品信息，根据商品销售信息动态变价；
- d) AI电子条码秤：食品信息录入、传递、记录食品安全信息、交易信息，并向顾客打印票据等；
- e) 智能导购：顾客拿起商品时，大屏能全方位展示商品价格、详情、使用方法等；支持微信、支付宝等用户扫码一键购买；购买成功商品可直接带走；支持线上购买链接到网上平台，实现线上线下同款、同价、同库存，自主选择发货到家或自提商品；
- f) 智能冷链：借助智能插座、智能空开、温控设备等智能硬件和物联网进行数据实时采集和分析，实现对冷柜、冷库等多设备智能控制，通过移动端处理，实现能耗成本降低。

6.5 仓库区

仓库区可配置手持盘点机、手持拣货终端和手持优选发货打印机等设备，包括但不限于：

- a) 手持盘点机：数据采集、存储、传输和处理，进行出入库管理、盘点管理、库存查询等操作；
- b) 手持拣货终端：移动扫描商品条码完成拣货，减少人为错误和遗漏的情况。记录拣货操作信息，便于查询，实时掌握库存货物进、销、存状态；
- c) 手持优选发货打印机：实时打印发货单据。

7 数智化运营

7.1 智能选址

7.1.1 基于经纬度了解所在城市零售门店的分布情况，获取城市主要人口集聚建筑经纬度，以及目标人群各时间段活动轨迹，借助软件建立空间模型，初步确立门店位置区域。

7.1.2 统计所在区域消费水平，开展商圈分级、消费行为、图层数据进行会员渗透率分析，计算经营成本，最终确定门店位置。

7.2 数字营销

7.2.1 引流

对接互联网平台、商圈、社区等，借助小程序、APP、网页、微信等工具投放广告、发放门店优惠券或开展进会有礼、新人专享券、0元入会、邀请入会有礼等活动。

7.2.2 推广

运用小程序、APP、微信、直播平台等营销工具，提供促销、卡券发放和线下核销推广、信息发布、信息推送等服务。

7.2.3 分析

通过数据和报表对数字化营销的各个环节建立数据域、数据报表和数据分析平台。

7.3 电子会员

7.3.1 构建会员权益体系，包括会员资产、会员积分、卡券等，并确保会员个人信息安全。

7.3.2 电子会员卡应显示会员基础信息和历史消费订单。

7.3.3 搭建积分商城，运用积分查询、积分通兑等功能支持多种积分消耗及获取渠道，并增加互动小游戏，增加趣味性。

7.3.4 拥有会员日活动、生日和节日关怀，根据积分数额和入会时间采取会员分级的方式开展差异化服务、阶梯折扣和升级关怀。

7.3.5 应注重客人的保护隐私，遵循《中华人民共和国个人信息保护法》的要求。

7.4 智能补货

建立具有动态自动补货（根据历史销售数据预测）、静态自动补货（根据门店单品设定的目标库存）、永续补货（依订货周期设定每日的固定补货量）、采销匹货（促销重点限量单品进行匹货，结合库存补货）、移动端处理订货等功能的补货系统。

7.5 门店经营分析

7.5.1 根据各系统信息生成经营报表并实时反馈，报表包括门店基本信息、各品类商品销售情况、本期客流量、门店近期业绩、员工考勤、异常预警等情况。

7.5.2 对消费者行为和到店客流趋势进行分析和预测，为门店数据交互、商品营销、采购订货、活动策划等提供支持。

7.6 数字安防

7.6.1 安防系统架构图

门店各场景区域可配备智能安防系统，安防系统架构图见图3。



图3 安防系统架构图

7.6.2 视频应用

7.6.2.1 门店各区域部署监控设备，实现门店监控 24 小时无死角覆盖，视频远程调度查看、视频历史视频录像的查询、播放、画面流控、片段下载，并确保消费者个人隐私安全。

7.6.2.2 可采用 AI 视频监控，实现人员离岗监控、工作规范监控、消防通道占用识别、警情视频留存、客流识别等全场景覆盖，通过数字化系统分析，实现隐患预警、异常快速处理、数据追溯，实现远程巡检、客群分析等、生成图表直观展示客群数据等功能。

7.6.2.3 实现商品个数识别，做到店员/顾客（自助）商品扫码数量和实际商品数量不符时，后台推送报警通知给门店管理人员。

7.6.2.4 通过 POS 消费单号和收银视频联动，实现有效追溯纠纷事件，避免飞单现象和减少内盗风险。

7.6.3 报警检测

7.6.3.1 通过部署温湿度传感设备，实现监测环境温度以及冰柜温度，高于或低于阈值温度，系统及及时告警，通知门店管理处理。

7.6.3.2 通过部署一键报警设备，实现店员遇险的第一时间报警，同时支持关键词识别（如救命、帮帮我等），主动识别店员遇险情况，进行及时报警。

7.6.4 运营管理

7.6.4.1 通过信息发布系统，实现文字、图片、视频等多媒体信息发布，实现客群营销的精准投放，提升引流效果。

7.6.4.2 通过广播系统，实现门店活动的轮巡播报以及背景音乐播放。

7.6.4.3 通过 PDA 手持终端扫描商品/箱号条码或 OCR 标签识别算法，无纸化盘点解决商品在验收入库、出库、盘点中出现各种复杂问题，保证商品的批次、库存、有效期管理有序严谨，实现商品流通的数字化管理。

7.6.5 运维管理

通过系统运维功能，实现按区域以统计图方式展示监控点总数、监控点在线率、图像正常率、录像完整率。

7.6.6 联网管理

前端监控支持公网传输，通过标准协议实现互联互通，后端产品均采用标准的网络化设备，系统基于IP网络传输技术，提供视频监控的联网功能，实现云端全网调度、管理及智能化应用。

7.7 智慧体验

7.7.1 智慧终端开发查找商品、智能导购、线上结算、购买行为追溯等功能。

7.7.2 建设无人值守零售门店，进店录入人脸信息，人脸识别开门，货柜引入智能识别功能，结账采用扫码支付或人脸支付功能，消费信息自动上传至智慧终端。

7.8 智能巡店

7.8.1 AI 巡店

7.8.1.1 在需要重复性检查的工作场景或长时间监控的场景布置 AI 巡店系统，捕捉门店内异常情况，并报警提示门店相关人员。

7.8.1.2 AI 巡店内容包括但不限于：

- a) 着装规范类：口罩检测、手套检测、鞋套检测、帽子检测、工服检测；
- b) 店面管理类：纸箱检测、物流箱检测、门店营业检测、垃圾桶封盖检测、营业执照检测、开灯检测、人群头肩计数、货架空位检测、广告屏开启检测；
- c) 动作行为类：玩手机检测、吸烟检测、聚众检测、空岗检测、例会检测、趴岗睡岗检测、明火离人检测、店员进食检测；
- d) 其他：斜装客流检测、顶装客流检测、老鼠检测、出货动作检测、车牌检测、车辆检测、收银动作检测、弯腰检测、洗手动作检测、跌倒检测、队列检测，餐桌清台检测，行人属性分析等。

7.8.2 视频巡店

通过门店摄像头与总部系统连接，实时查看各门店运营情况，视频巡店的优势包括但不限于：

- a) 实时性：实时查看门店的运营情况，及时发现和解决问题；
- b) 客观性：通过视频巡店，客观地评估门店的运营情况；
- c) 高效性：在任意时间地点进行视频巡店，节省时间和精力。

7.8.3 远程巡店

设置门店摄像头与总部系统连接，结合视频回放、倍数播放、拾音等，有条理、有计划的对SOP进行检查。

7.8.4 现场巡店

安排督导进行现场指导和检查，通过手机完成点检项打分、拍照取证、报告上传等，同时监测操作者不得上传相册已有图片，规避巡店作弊的风险，并在检查过程中结合数据分析，提醒督导重点检查门店经常出现问题的点和上次不合格的检查项。

7.8.5 点检巡店

7.8.5.1 提前配置需要检查的门店，在重复周期内，定时进行门店监控设备抓拍对应场景图片，并对抓拍前后的录像进行分析，全面了解门店情况。

7.8.5.2 设置门店每日运营时间和打烊时间，使用点检巡店判断工作完成情况。

7.8.6 门店自检

门店自检与计划巡店结合，制定门店自检的内容、频率，按时执行并向上提交自检结果，确保按质完成。

8 业务中台系统

8.1 业务中台

建立统一的业务中台，包括但不限于品类管理中心、供应商管理中心、采购中心、定价中心、订货中心、智能陈列中心、促销中心、库存中心、订单中心和智能配送中心，实现数据共享、功能协调和集成管理。

8.2 品类管理中心

品类管理系统从各品类定位、占比与变动、销售情况、销售贡献、陈列面积、库存面积等维度提出商品淘汰、新品引入、淘汰品定价、滞销品分发等建议，并建立数据预警功能。

8.3 供应商管理中心

根据商品质量、持续供应、利润空间、价格维护、市场需求变化等不稳定因素和采购金额的大小将供应商分为四种类型，分别采取措施进行管理：

- a) 一般型：只提供基础商品品种的供应商，根据采购价格、账期等基本要求选择；
- b) 杠杆型：上游批发的商贸公司，根据供应商规模、提供品种数量、送货和结算方式、质量保证等多种因素进行筛选；
- c) 瓶颈型：提供的商品其他供应商无法取代但采购金额不大，积极寻找与其提供商品相类似的替代品种；
- d) 战略型：客户口碑好、产品销量大、位居市场领先地位、利润空间大的供应商，进一步加强合作，考虑合作吸引更多客群，提升销量。

8.4 采购中心

8.4.1 选品

采用经验选品和数据选品相结合的方式进行，根据客户年龄、性别、职业做出经验判断；选取“季节系数”和“品类发展系数”两个指标做数据参考，计算出下月建议增加商品；将经验判断结果与数据计算结果相结合进行选择。

8.4.2 试销

根据商品特质进行区分，试销结束后根据门店位置、销售排名、断货天数、陈列位置、含费折算的毛利率等数据判断是否上架：

- a) 商品转正：计算订货数量和分配门店等；
- b) 商品淘汰：计算尾货分配、清尾定价额以及清场时间等。

8.5 定价管理中心

8.5.1 进行市场调研，以市场价格作为参考，借助品类定位定价法、商品利差定价法、价格矩阵定价法、竞争对标定价法等方法进行定价。

8.5.2 定价后对商品实际毛利率进行测算，借助信息系统找出与预期毛利率不一致的商品，采取调价等措施。

8.6 订货中心

8.6.1 支持总部加急订单、门店加急订单，根据系统内商品数量，结合自动补货参数自动产生订单。

8.6.2 具备直送订单按车、单、课组收货等功能，按店铺类型进行智能选品、订货。

8.6.3 通过品类定义、历史销量测算、库存数量、促销活动等数字化分析订货数量。

8.7 智能陈列中心

8.7.1 商品定编

借助不同的方法对商品进行包含但不限于以下的分类：

- a) 商品特性：常规品、季节品、重点品、促销品等；
- b) 商品阶段：新品、正常品、淘汰品等。

8.7.2 陈列方法

商品陈列考虑目标客户需求和商品属性，陈列方法包括但不限于：

- a) 智能陈列系统：每个货架提供陈列标准，陈列台账软件提供建议，按照商品结构订货，按片区做陈列；
- b) 重点商品陈列：重点商品整层陈列，并根据店铺实时数据进行位置调整；
- c) 采取大促、堆头的量感等。

8.8 促销中心

8.8.1 促销商品及时更换价签，折扣价签支持 POS 机、自助收银、智能购物篮结算，每张折扣价签具有唯一性，核销后不可再次使用。

8.8.2 根据鲜度系统发起的鲜度检查任务发起出清，根据选品系统下发出清、鲜食临期出清、缩减陈列位出清、总部要求的出清及其他出清，同时具备任务到人、出清监控等功能。

8.8.3 促销场景中，搭建支持单品促销、满赠促销、条件促销、整单条件促销、组合促销（特价组合、折扣组合、立减组合）等促销类型的促销系统，支持促销数据可视化展示、按地区和门店下发等功能。

8.9 库存中心

8.9.1 库存管理

8.9.1.1 商品可全流程条码化管理，结合移动端办公系统，实现报损、报溢、调拨、任务分配、复核等在线库存处理功能。

8.9.1.2 联动商品全生命周期管理和智能设备电子价签，做到总部及门店库存调整、审批流程建立、任务推送、移动端审批、手工或批量录入、损益调整的实物图上传、库存数据多条件查询等功能。

8.9.1.3 支持调拨、盘点等多业务场景，便捷配置审批流程（审批额、数量、时间等）、门店维度控制调拨、单据有效期管理、便捷配置自动收货和自动取消、支持自营同公司和跨公司的业务、支持调拨加价（加价额、加价率、指定价）等功能。

8.9.1.4 对商品鲜度和商品状态进行商品出清，具备鲜度预警功能。根据商品保质期不同采取预售制、次日达等方式：

- a) 日清商品：根据订货系统分析结果，按品类进行订货；
- b) 短保商品：进行订货和每日盘点，进行专门管理，订货系统根据商品的进销废存情况，计算出给出补货日期、补货数量、盘点数量、疑似报损数量、限量促销数量的具体行动建议；
- c) 加工商品：预判制作数量和制作时间，根据订货系统提出的补货时间、数量建议以及补单建议进行补货。

8.9.1.5 货物出入库应符合 GB/T 41834 中 6.2 的要求。

8.9.2 自动盘点

开展移动盘点、盘点周期规划、盘点审核、库存锁定、任务分配等工作。

8.10 订单中心

8.10.1 通过订单中心，实现对线上订单、线下订单及第三方订单的管理，支持订单接收、订单自动合并与拆分、自动匹配仓库、库存控制、自动匹配快递、结算与支付等订单生命周期中的一系列协同作业。

8.10.2 订单中包含商品、优惠、用户、收货信息、支付信息等一系列的订单实时数据。

8.10.3 线上订单处理的方式覆盖更多消费场景，包括但不限于：

- a) 后台处理：通过平台下单，找到对应的销售订单处理进行处理（发货、提交改派、退款/退货）；
- b) 收银机处理：收到销售订单后，收银机出现预警提示，找到销售订单模块进行处理；
- c) 商家端 APP：提高商家处理订单的效率，在商家端 APP 销售订单处理功能。

8.10.4 线下订单通过人工收银或自助收银机进行处理，功能主要含以下几种：

- a) 扫码识别会员身份（或手机号码识别）、识别商品信息、办理会员；
- b) 处理线上销售订单和门店订单；
- c) 扫码核销到店自提订单、电子卡券、虚拟商品等；
- d) 会员储值（储值余额/储值卡）；
- e) 基本收银功能（交班、收银、查询）；
- f) 活动促销打折（限时折扣、满减送、打包价、加购价、第二件半价、赠品）。

8.11 智能配送中心

8.11.1 计算货物存储量和周转速度，实现商品分布式智能分拣和配送，采取协同配送、门店直达等方式。

8.11.2 与库存系统、自动盘点系统、订单与补货系统、门店信息、商品鲜度信息相结合判断。

8.11.3 配送服务和配送数据服务应符合 GB/T 41834 中的要求。

8.11.4 采用冷链运输的商品，信息追溯应符合 GB/T 28843 的要求。

9 数据中台系统

9.1 数据中台

通过大数据产品和系列应用产品建立统一的数据中台系统，包括但不限于：顾客画像、智能选品、销售预测、物流轨迹、客流数据、商户数据、一键报警、数据安全等。

9.2 顾客画像

9.2.1 通过创建人物画像，明确了解客户的需求、体验、行动和目标。

9.2.2 通过对用户行为数据进行分析和计算，为用户打上标签，得到用户画像的标签建模，即搭建用户画像标签体系。

9.3 智能选品

通过人工智能等技术，打通不同业务板块的数据链，根据访客群像特征选择商品，综合考虑消费者的购买习惯、门店经营特点、经营能力、季节的变化等，逐类确定必备商品、应季商品和热销品。再依据访客的进店时间和流量，确定选品的上架时间和上架数量，实现千店千面，精细化运营。

9.4 销售预测

9.4.1 按照早、中、晚各时段需求峰值评估，双向评估废弃率和销售损失，按需订货，确保零售门店短保品的充分满足客群需求，提高门店的整体销量。

9.4.2 通过摄像头监测，洞察并分析用户行走轨迹，与商品的互动情况，货架与货架之间的商品关联性，从而调整通道的纵、深、长，引起顾客探索的兴趣，让顾客与更多的商品进行接触，提高商品的销售概率和在店时长，促销销量增长。

9.5 物流轨迹

基于点对点配送的即时配，通过配送员随身设备定位配送员实时位置，为客户提供全程可视轨迹查询。

9.6 客流数据

9.6.1 通过客流量分析系统对指定区域的人流量进行准确统计，统计不同行进方向的人流，并对其进行人数计算，实现单进出门口人流统计和多门口联合人流统计分析。

9.6.2 通过专业客流分析软件，将人数统计数据进行数据分析和图表生成，可根据设置条件生成多种数据分析图表，如设定分、时、天、周、月、年等时间条件生产报表或根据天气、节日、宣传活动等条件生成报表。

9.7 商户数据

通过数据采集、整理、分析、挖掘等大数据技术，支撑精细运营全场景分析，并将多家门店数据结合，对门店经营指标进行分析，实现计划-执行-反馈一体化闭环管理，驱动管理、招商、运营、推广质效提升。

9.8 一键报警

通过部署一键报警设备，实现店员遇险的第一时间报警，同时支持关键词识别（如救命、帮帮我等），设备可主动识别店员遇险情况，进行及时报警。

9.9 数据安全

9.9.1 应遵循《中华人民共和国数据安全法》的要求，确保数据处于有效保护和合法利用的状态，落实数据安全的保护责任。

9.9.2 应保证数据生产、存储、传输、访问、使用、销毁、公开等全过程的安全和数据处理过程的保密性、完整性、可用性。

9.9.3 数据安全包含数据本身的安全和数据防护的安全，数据本身的安全包括数据保密、数据完整性以及双向强身份认证等；数据防护的安全包括采用现代信息存储手段对数据进行主动防护、异地容灾等手段保证数据的安全。

10 组织管理

10.1 人事管理

10.1.1 总体要求

10.1.1.1 基于业务发展要求匹配人才技能，定义人才标准，运用科学的方法和工具进行人才盘点和评估，形成以业务发展目标为导向，人才技能重塑为核心的分梯队人才培养和管理方案。

10.1.1.2 建立人事管理系统开展人事管理工作，包括但不限于：

- a) 信息管理：录入员工所属部门、所在店铺、工种、岗位、请假情况等信息并及时更新；
- b) 考勤管理：考勤管理采取考勤机硬件绑定、固定地点打卡、WIFI 验证、手机端打卡等方式；
- c) 排班管理：通过录入排班规则，根据商圈类型、员工属性、业务量预测，智能进行排班规划，实现资深员工、新员工、小时工、正式员工合理排班；
- d) 薪资管理：根据不同门店、工种、岗位设置差异化薪资管理；
- e) 培训管理：具有培训查询、培训记录、会议管理等功能。

10.1.1.3 建立协作中台和任务中台，与业务系统结合，具有系统分配和门店向上求助的功能。

10.1.1.4 建立基于角色的访问控制权限管理平台，在系统功能、数据等维度，通过员工部门、岗位、组级等信息分级管理，实现权限管理的分级管控。

10.1.1.5 具有专门的数智化经营部门，配备相应的系统研发和维护团队。

10.1.2 体系搭建方法

设置电子商务或新零售部对传统的数智化经营进行整体运营实施方案的规划和设计，并经由零售门店进行具体的落地执行。从“人”、“货”、“场”的维度进行分解，整个业务转型推动过程中扮演核心角色的职能主要包括数智化营销管理、数智化供应链管理、数智化运营管理、门店综合管理（店长）以及围绕业务场景的数智研发5个方面进行管理。

10.1.3 数智化营销岗位

10.1.3.1 岗位描述

负责通过数字化工具和方法开展最前端的营销拓客工作。应用小程序、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。

10.1.3.2 岗位职责

数智化营销岗位职责包括但不限于：

- a) 围绕门店辐射的不同的客群、地理区位、商品属性等因素，探索多维度数字化引流路径，包括以抖音、小红书等为核心的公域引流，以及用户经营私域流量（如微信社群）获取，实现可持续、规模化的用户增长；
- b) 根据公司战略，制定、实施和优化用户引流与转化方案和机制，提升整体流量运营效率；

- c) 针对用户特点并结合产品，精准判断用户画像，对客群消费特征进行深度分析并针对性地制定营销策略；
- d) 统筹规划与规范管理公司各营销渠道，明确各渠道定位，制定数字化营销策略并执行，实现年度数字化营销目标达成；
- e) 积极探索和创新营销新手段、新模式，持续提升品牌市场效应和用户流量转化。

10.1.3.3 能力素质要求

数智化营销岗位能力素质要求见表1。

表1 数智化营销能力素质要求

素质层级	具体要求
知识	熟练掌握营销管理、数字化营销、公域/私域流量转化相关的理论知识
技能	活动策划能力、活动组织能力、数据分析能力、文案制作能力、学习能力、用户分析能力

10.1.4 数智化供应链岗位

10.1.4.1 岗位描述

通过数字化工具和方法进行供应链的管理。实现智能采销（通过自动订货系统和智能选品决策系统并结合历史数据进行销售预测和智能补货）、智慧仓储（通过标准化仓库和自动盘点系统实现分布式智能分拣、配送）、综合集成管理（通过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，实现数据共享和功能协同集成）。

10.1.4.2 岗位职责

数智化供应链岗位职责包括但不限于：

- a) 负责采购订单发货及退货单处理，完善采购订单及退货单处理流程；
- b) 对接物流，跟进物流配送时效，根据平台实际情况设置合理起送量，优化物流成本，到货异常追踪处理，进一步完善订单异常台账登记工作，协助财务对账工作；
- c) 监控内部库存水平，对商品销售进行销存数据统计分析，定位异常库存及采购订单，及时沟通解决异常，尽量维持库存健康度；
- d) 负责平台履约管理，并及时关注客户反馈并做针对性改进；
- e) 根据多维度对各平台的利润、销售数据、活动数据、采购订单及退货单数据等进行统计分析，及时为运营提供数据支撑及建议。

10.1.4.3 能力素质要求

数智化供应链岗位能力素质要求见表2。

表2 数智化供应链岗位能力素质要求

素质层级	具体要求
知识	熟练掌握供应链、物流、配送、组织管理等相关的理论知识
技能	SKU管理能力、沟通能力、供应商管理能力、组织协同能力、学习能力、线上线下一体化集成能力、数据分析能力

10.1.5 数智化运营岗位

10.1.5.1 岗位描述

负责通过数字化工具和方法进行整体业务的运营管理。通过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、热力等多维度进行分析，对各类商品和服务的销售进行综合统计分析，以实现线上线下一体化高效运营。

10.1.5.2 岗位职责

数智化运营岗位职责包括但不限于：

- a) 负责电子商务平台的日常运营工作，包括日常维护、产品更新、产品优化等；
- b) 负责优化产品展示及结构，以增强店铺吸引力，提高转化率、产品销量；
- c) 参与线上活动的策划及执行，带领客服人员完成下达销售目标；
- d) 每日门店的数据分析：包括营销数据、交易数据、商品管理、顾客管理等。

10.1.5.3 能力素质要求

数智化运营岗位能力素质要求见表3。

表3 数智化运营岗位能力素质要求

素质层级	具体要求
知识	熟练掌握商品运营、用户运营、财务等相关的理论知识
技能	活动运营策划能力、门店陈列规划能力、数据分析能力、线上线下一体化融合思维

10.1.6 数智零售店长

10.1.6.1 岗位描述

代表公司管理层对门店日常营运进行管理的总负责人，数智零售店长在一般店长通用职能基础上叠加数智层面的要求。

10.1.6.2 岗位职责和能力素质要求

数智零售店长岗位职责和能力素质应符合SB/T 10568的要求。

10.1.7 数智研发岗位

10.1.7.1 岗位描述

核心围绕数智零售业务场景搭建底层的架构模型，运用的不同的开发语言进行对应功能的研发。

10.1.7.2 岗位职责

数智研发岗位职责包括但不限于：

- a) 能够清晰地理解数智零售场景和用户使用场景并搭建相应的功能应用；
- b) 能够运用专业的开发语言设计高质量编码；
- c) 能够基于功能应用不断地进行代码迭代和优化；
- d) 能够高效地跨部门高效协同推进项目进展。

10.1.7.3 能力素质要求

数智研发岗位能力素质要求见表4。

表4 数智研发岗位能力素质要求

素质层级	具体要求
------	------

素质层级	具体要求
知识	熟练掌握基于零售场景的各种开发语言的技巧，保障高质量的代码输出
技能	底层架构能力、算法能力、大数据分析能力、零售场景需求分解能力、沟通协作能力

10.1.8 岗位胜任力模型

10.1.8.1 成立胜任力模型开发小组

应有中高层领导、人力资源管理者、外部胜任力模型专家以及所要开发胜任力模型的部门负责人参与，中高层领导1人为项目组长，组员由人力资源管理者2~3人，并在其中选出1人作为副组长负责项目管理，外部专家1人，部门负责人若干。

10.1.8.2 岗位分类划分

组织有管理类、技术类、市场类、专业类、作业类等职类职种，确定组织关键岗位，开发胜任力模型的岗位。

10.1.8.3 确定绩效标准

采用工作分析的各种专用工具与方法，明确工作岗位的具体要求，提炼鉴别绩效优秀的员工与绩效一般的员工的标准。部门负责人依据工作能力、工作态度、绩效考核结果等指标作为确定绩效标准的依据。

10.1.8.4 选取分析效标样本

按照制定的绩效标准，分别从绩效优秀和绩效普通的员工中分层分类抽取一定数量的员工进行访谈和调查。

10.1.8.5 获取胜任力模型数据

10.1.8.5.1 采用行为事件访谈法（BEI）从员工层面和组织层面提炼出胜任岗位需要的胜任力标准，达到双方都认同的胜任力标准，构建更为准确、科学的各类岗位胜任力模型。

10.1.8.5.2 采用行为事件访谈法（BEI），被访谈者列出工作中发生的关键事例，包括成功事件、不成功事件或负面事件各三项，并让被访者详尽描述整个事件的起因、过程、结果、时间、相关人物、涉及的范围以及影响层面等。

10.1.8.6 资料整理、统计分析

根据访谈资料整理提炼关键胜任力因子并设定权重。

10.1.8.7 编制胜任力模型

根据胜任力因子编制完整的胜任力模型。

10.1.8.8 验证胜任力模型

按照建立的胜任力模型的标准甄选或训练人员，跟踪员工在后期表现情况确定胜任力模型是否有效。

10.2 财务管理

10.2.1 应开展财务管理工作，包括但不限于：

- a) 数字化核算：自动生成采购数据、应收应付数据、出入库与核算数据、加工核算数据、销售收入与成本毛利核算数据、人员绩效数据、日常费用数据等，完成自动核算，进行税务计算和申报；
- b) 对账和结算管理：包括与供应商的采购合同、往来业务单据、管理费用、应付发票、预付款和付款管理以及总部与门店、各线上平台的对账管理；
- c) 发票数字化：零售小票电子化、往来发票电子化。

10.2.2 财务数据进入数据中台，可结合数据中台的数据资产、数据治理、数据仓库、数据服务等功能进行财务数据分析。

10.3 法务管理

法务管理数智化系统包括合同全生命周期系统、合同智能审核和管理系统、纠纷解决和案件管理系统、智能辅助决策系统，合同智能审核的模块中除审查缺失条款外，采用固定条款、个性条款和风险条款的分类和审核标准。

11 投诉与评价改进

11.1 投诉

11.1.1 线上、线下购买渠道开通投诉与购后评价，及时响应处理。

11.1.2 投诉问题限时处理。线下投诉当场由专人负责处理，线上投诉以电话或文字形式第一时间联系投诉者，能当场解决的立即解决，需要处理时间的可向客户进行解释说明，并告知处理时间；处理后完整记录并上传管理系统存档。定期对客户进行回访，了解客户对处理结果的满意度。

11.2 评价改进

11.2.1 可采用自我评估方式，建立零售门店自评估制度，评估企业数智化水平，促进数智化门店转型。按照《数智零售门店建设与运营管理评价表》（见附录 A）综合评分建议不得低于 70 分。

11.2.2 采用客户评价以及第三方评价的方式，从门店环境、品类、商品布局、员工服务、设施设备智能度、线上终端的便利度等方面收集。

11.2.3 根据评价结果，利用大数据、云计算等技术确定改进目标和措施并加以落实。

11.2.4 根据技术发展及时更新系统和设备。

附录 A
(资料性)

数智零售门店建设与运营管理评价表

表A.1规定了数智零售门店建设与运营管理的分值与评分标准。

表A.1 数智零售门店建设与运营管理评价表

单位：分

项目	内容	分值	评分标准	
硬件设施 (50)	全路径 (12)	布局4G及以上通信基础设施	5	实现5G和无线网络全覆盖且信号稳定得4分, 实现5G和无线网络全覆盖但信号不稳定得2分, 未实现5G信号但有无线网络全覆盖和其他通信信号得5分。
		智能购物车	1	普通购物车得1分, 智能购物车得1分
		智能安防	5	拥有智能监控、门禁等硬件设备得2分; 借助智能安防系统实现远程巡检、客流数据分析、促销信息语音提醒等功能得2分; 部署安消智能摄像机、热成像摄像机、烟感探测器等消防设备, 实现温度异常、火点检测、烟雾生成的自动告警得1分
		智慧广播	1	拥有广播系统得1分
	收银区 (22)	收银机	5	拥有智能收银机得5分
		自助收银机	4	拥有自助收银机得4分
		人脸识别机	3	拥有人脸识别系统得3分
		智能pos机	5	拥有智能pos机得5分
		扫码支付	5	顾客可通过扫二维码直接支付得5分
	货架区 (11)	智能货架	1	具备补货提醒、陈列监管等功能货架得1分
		电子广告屏	1	展示促销商品、精选商品等信息系统得1分
		电子价签	2	显示定制化商品信息得2分
		AI电子条码秤	1	录入食品信息录入、传递等信息打印票据等得1分
		智能导购	1	拥有智能导购系统得1分
	仓库区 (5)	智能冷链	5	通过智能冷链硬件和物联网实现智能温控得5分
		手持盘点机	2	通过盘点机实现出入库管理、盘点管理等得2分
		手持拣货终端	1	通过手持终端实现移动扫描条码发送终端得1分
		手持优选发货打印机	2	通过打印机实施打印发货单据得2分
	数字化运营 (30)	智能选址 (3)	精准选址	3
数字营销 (7)		引流	3	有统一的营销平台, 包括小程序、APP、公众号、直播平台等一种或以一种以上应用, 内容更新及时, 与消费者互动, 得3分
		推广	2	运用小程序、APP、微信、直播平台等营销工具开展每日推广得2分
		分析	2	通过数据和报表对数字化营销的各个环节建立数据域、数据报表和数据分析平台得2分
电子会员 (4)		电子会员系统	4	有电子会员系统, 实现会员基础信息管理、消费订单管理、积分查询、积分兑换等一种或多种功能, 得4分
智能补货 (2)		自动补货系统	2	具有动态自动补货、静态自动补货、永续补货、采购缺货、移动端处理订货等功能得2分
门店经营分析 (3)		生成报表系统	3	门店基本信息、各品类商品销售情况、本期客流量、门店近期业绩、员工考勤、异常预警等得3分, 未有报表系统不得分
数字安防 (5)		数字应用	1	实现门店监控24小时无死角覆盖得1分
	报警检测	1	部署温湿度传感设备、警署摄像头设备得1分	
	运营管理	1	通过信息发布系统、广播系统等实现安防得1分	

表A.1 数智零售门店建设与运营管理评价表（续）

项目	内容	分值	评分标准	
数字化运营 (30)	数字安防 (5)	运维管理	1	实现按区域以统计图方式展示监控点总数、监控点在线率、图像正常率、录像完整率得1分
		联网管理	1	通过标准协议实现互联互通, 后端产品均采用标准的网络化设备实现云端全网调度得1分
	智慧体验 (3)	互动体验	3	利用智慧终端查找商品、导购、追溯、结算、停车, 最多得3分
	智能巡店 (3)	AI巡店	0.5	设置AI巡店系统, 捕捉门店内异常情况, 并报警提示门店相关人员得0.5分
		视频巡店	0.5	通过门店摄像头与总部系统连接, 实时查看各门店运营情况得0.5分
		远程巡店	0.5	设置门店摄像头与总部系统连接进行远程巡店得0.5分
		现场巡店	0.5	安排督导进行现场指导和检查, 通过手机完成点检项打分、拍照取证、报告上传等, 规避巡店作弊的风险得0.5分
		点检巡店	0.5	提前配置系统定时进行门店监控设备抓拍对应场景图片得0.5分
	门店自检	0.5	门店自检与计划巡店结合, 按时执行并向上提交自检结果得0.5分	
业务中台系统 (20)	品类管理中心 (2)	品类管理系统	2	部署能够辨别商品淘汰、新品引入等建议得2分
	供应商管理中心 (2)	供应商管理系统	2	具备能够分析各类商品得不稳定性, 提供不同类型的系统的2分
	采购中心 (2)	采购管理系统	2	结合经验选品和数据选品系统得2分
	定价中心 (2)	定价管理系统	2	依据数据调查系统定价得2分
	订货中心 (2)	订货管理系统	2	运用系统自动补货、调货、加急单得2分
	智能陈列中心 (2)	智能陈列系统	2	借用智能系统, 进行不同分类方案得2分
	促销中心 (2)	促销管理系统	2	运用促销系统结合结账系统更换价签得2分
	库存中心 (2)	库存管理系统	2	运用系统实现报损、报溢等得2分
	订单中心 (2)	订单系统	2	运用系统实现线上订单、线下订单及第三方订单管理得2分
智能配送中心 (2)	智能配送系统	2	运用系统计算货物存储量和周转速度实现智能分拣和配送得2分	
数据中台系统 (10)	顾客画像 (1)	画像标签建模	1	通过对用户行为数据进行分析 and 计算, 搭建用户画像标签体系得1分
	智能选品 (1)	智能选品系统	1	通过人工智能等技术, 确定选品的上架时间和上架数量, 实现千店千面, 精细化运营得1分
	销售预测 (1)	销售预测系统	1	具备销售预测系统得1分
	物流轨迹 (1)	即时配	1	提供实时轨迹得1分, 全程可视物流轨迹得1分
	客流数据 (1)	客流数据系统	1	指定区域人流量统计得1分
	商户数据 (1)	大数据系统	1	多家门店数据结合分析得1分
	一键报警 (1)	一键报警设备	1	部署一键报警设备, 实现店员遇险的第一时间报警和关键词识别得1分
	数据安全 (1)	保密系统	1	数据安全包含数据本身的安全和数据防护的安全得1分
	精准推送服务 (2)	小程序、APP等营销平台	2	每周开展精准推送服务, 得2分; 未提供精准推送服务, 不得2分
组织管理 (10)	智能办公 (3)	办公自动化软件、专业财务管理软件	3	实现办公在线化、无纸化, 得2分; 办公系统功能完备, 覆盖商店所有业务和管理, 得3分
	人事管理 (7)	建立人员管理系统	3	每一种管理系统得1分, 最多得3分
		岗位管理	4	拥有一个工种人员得2分, 最多得4分
综合效益加分项 (30)	客流量 (8)	到店客流量增长情况	8	智慧化改造后月均到店客流量增长10%以上得8分; 增长6%以上得6分; 增长3%以上得8分; 未增长不得分

表A.1 数智零售门店建设与运营管理评价表（续）

项目		内容	分值	评分标准
综合效益加分项（30）	经营情况（8）	营业额增长情况	8	智慧化改造后月均营业额增长5%以上得8分；增长5%以下得8分；未增长不得分
	坪效（7）	坪效提升情况	7	坪效=营业额/营业面积，智慧化改造后月均坪效提升5%以上得7分；提升5%以下得7分；未提升不得分
	人效（7）	人效提升情况	7	人效=营业额/店总人数，智慧化改造后月均人效提升5%以上得7分；提升5%以下得7分；未提升不得分
总分			150	

参 考 文 献

- [1] SB/T 10808—2022 便利店运营规范
 - [2] T/CSRBA 0001—2019 新零售便利店经营管理规范
 - [3] 《商务部办公厅关于印发〈智慧商店建设技术指南（试行）〉的通知》（商办流通函〔2021〕220号）
 - [4] 《商务部办公厅关于开展智慧商圈、智慧商店示范创建工作的通知》（商办流通函〔2022〕129号）
 - [5] 《便利店数字化转型指南（2022版）》
 - [6] GB/T 40248—2021 《人员密集场所消防安全管理》
 - [7] 《中华人民共和国个人信息保护法》
 - [8] 《中华人民共和国数据安全法》
-