

探访第二十四届中国零售业博览会:

# AI与算力成零售业数字化转型关键引擎

本报记者 贾丽

3月13日,第二十四届中国零售业博览会在国家会展中心(上海)开幕。此次展会吸引近3000家零售商在现场设展参与,涉及超市、百货商场等多个业态,覆盖ERP系统、电子价签、人脸识别等多项智能信息技术。商用机器人、无人零售设备、智慧互动等搭载AI技术的智能终端吸引参观者驻足。门店作为零售业的主战场,其数字化已成为零售智能化的重要一环,运营效率提升与零售生态搭建也是零售门店在新一轮技术变革中面临的重要课题。零售门店转型已有数年,在AI等技术浪潮来临之际,零售业将迸发出怎样的新动能?

## 企业联合破局

华润万家、海石商用、中科英泰与英特尔等多家企业负责人均在现场对《证券日报》记者表示,将基于AI及算力,联合加速在零售门店优化和改造上的探索,以应对市场变革和消费者需求的变化。据了解,几家企业联合探索的方向,包括基于算法和平台,预测门店用工高峰、智能推送任务、提升门店整体效率;采用边缘计算、AI识别等技术,实现监督培训、机器人智能巡店、客流及货架分析等。中国连锁经营协会行业创新与发展部主任田丙丰在展会上接受《证券日报》记者采访时表示,目前AI在零售行业已经进入35个不同的场景,在数据、应用等方面还有更多价值待挖掘。

在英特尔公司市场营销集团副总裁、中国区网络与边缘及渠道数据事业总经理郭威看来,新模式、新业态、新技术的不断冲击,加速零售门店构建敏捷数智化的能力,降低运营成本。

AI与算力赋能下,中国零售业迸发新活力。中科英泰副总经理管建鹏对记者表示,AI技术应用之下,企业可以在商品识别等领域提升识别精准度、数据处理速度、智能监测能力,优化算法及模型,大幅提高效能。这将推动零售业高质量发展。

海石商用副总经理李昊昱举例称,在生鲜识别方面,AI识别已经达到了人工识别的能力。下一步AI识别还将对海量数据进行分析并提供决策,同时AIGC在智能零售领域将加速落地应用。

英特尔网络与边缘事业部中国区行业销售总监谢青山对《证券日报》记者表示,推进零售业数字化和人工智能应用,英特尔正加强与国内零售企业的合作,打造新零售数字化生态,为中国零售企业的创新与发展奠定坚实基础。

他透露,在零售业,英特尔重点在三方面发力:提供算力平台,将AI PC的大模型技术应用推广到零售业,做中国与世界的接口。

在深圳市吉力方工控有限公司营销中心总经理李晓涛看来,基于AI芯片性能及算力不断提升,智能零售新业态和适用场景将在未来3年至5年得到迅速发展。

## 门店数字化转型提速

近年来,零售行业面临着巨



图为第二十四届中国零售业博览会现场

贾丽/摄

大的挑战,包括来自电商的冲击、消费者行为的转变以及新技术的应用。具体来看,传统商超、大卖场的单店销售普遍逐年下降,同时,在社区团购、生鲜电商的冲击下,价格和毛利率难以逆势提升。为了应对不断上升的成本风险、适应市场变化,零售企业纷纷寻求转型,以提高运营效率。

中国连锁经营协会会长彭建真表示,门店数字化早在2015年就被提出。目前数字化转型进入了第二个阶段,这个阶段是通过数字化帮助企业降本增效的阶段。

目前,门店已经成为传统线下业务的中流砥柱,然而其数字化转

型走得相对较为缓慢。随着AI和算力的快速发展,转型数年的零售门店也有望步入新的转型阶段。

田丙丰认为,在AI时代,零售业要走得更远,门店数字化转型加速,AI和算力成为关键驱动力。行业及企业仍需要以业务需求为导向,以边缘计算为赋能、以云端设施为支撑加快数字化。

安永博智隆分析数据表示,国内80%门店的数字化刚刚开始,未来零售企业将加大投资,而大数据、人工智能、边缘计算是加快门店数字化的三大核心技术。

“在零售业转型及门店数字化过程中,AI的赋能作用越来越显著。”谢青山表示,行业将共同

夯实AI应用基石,探索零售业数字化模式。

李昊昱认为,AI在零售业有更大的应用场景,这需要更高的算力、更强大的AI芯片,需要行业联合创新,这也是AI在零售业落地的路径及方向。

“各企业联合探索门店数字化转型时,也应结合本地特点,以数字化管理SP模型等实践,形成联合创新生态。”中国连锁经营协会理事李冰如是说。

“2024年,零售业有望迎来持续发展,零售商有望借助AI技术,进一步实现降本增效与差异化竞争。”电商天使投资人李成东表示。

## 农村电商高质量发展 五年新目标出炉

本报记者 刘萌

据商务部网站3月13日消息,商务部等9部门近日联合印发《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》(以下简称《意见》)。《意见》指出,用5年时间,基本建成设施完善、主体活跃、流通顺畅、服务高效的农村电商服务体系。

具体来看,在全国培育100个左右农村电商“领跑县”,电商对农村产业的促进作用进一步增强。培育1000家左右县域数字流通龙头企业,传统商贸流通企业数字化、网络化、智能化转型取得阶段性进展。打造1000个左右县域直播电商基地,直播电商应用水平进一步提升。培育10000名左右农村电商带头人,农村电商就业创业带动能力进一步提高。农村网络零售额、农产品网络零售额年度增速高于同期全国乡村消费品零售额增速,农村网商(店)数稳步增长,农村数字消费实现提质升级,助力农产品上行和农民增收取得明显成效,为乡村振兴提供有力支撑。

《意见》从搭建多层次农村电商综合服务平台、加快农村现代物流配送体系建设、培育多元化新型农村电商主体、提高农村电商产业化发展水平、开展多种形式的农村电商促销活动、巩固拓展电子商务进农村综合示范政策成效等六方面提出14条具体政策举措。

## 券商研究领域风云再起 所长、明星分析师“转会”忙

本报记者 周尚仔 见习记者 于宏

近期,券商研究所所长、明星分析师等变动频繁。《证券日报》记者从机构处获悉,近日,原德邦证券总裁助理兼研究所所长任志强已正式履新华福证券,担任华福证券总裁助理兼研究所所长。

记者在采访中了解到,公募费率改革对券商研究业务形成冲击,研究所人员首先受到影响。一方面,行业中有部分券商正忙着减少研究所人员配置;另一方面,也有多家券商“招兵买马”引进优秀人才,不断加大在投研业务方面的投入。

## 以人才引进促研究业务发展

“多家券商研究所积极吸纳新生力量,体现出券商对研究业务的重视程度有所提升,持续推进研究团队的优质人才引进。”Co-Found智库研究负责人张新原对《证券日报》记者表示。

以本次迎来新任研究所所长的华福证券为例,新任所长任志强拥有多年证券行业管理经验,连续多次获得新财富最佳分析师称号,在过往的带队经历中曾取得优异的业绩。

中国证券业协会数据显示,华福证券当前拥有证券分析师51位,相比去年同期增加了18位,可见其对研究业务方面的重视程度。

对此,华福证券相关负责人告诉《证券日报》记者,华福证券高度重视研究业务发展,将研究业务作为公司“四点一面”业务发展新格局战略的重要组成部分。后续华福证券研究所在优势产业上进一步重点布局,重视产业深度,继续引进多位卖方业务领军人物,谋求在优势领域发展出市场领先的投研服务能力,力求为投资者提供真正有产业深度、有价值的研究和前瞻性的判断。

另外,原海通证券固收首席分析师姜珊珊也于近期加入西部证券。姜珊珊同样具有丰富的从业经验,曾入围2018年最具价值金牛分析师奖,并且是2015年至2018年新财富上榜团队成员。

近年来,西部证券日渐重视研究业务,公开信息显示,西部证券研究中心以“一手研究”与“定制服务”为核心特色,为大型机构投资者、海外对冲基金、私募股权和企业客户提供专家咨询、定制研究、金融科技、股票研究等专业化、特色化投资咨询服务,力求在投资决策领域成为具备权威声誉的研究所。

## 部分中小券商打造研究业务竞争优势

记者注意到,去年至今,部分中小券商研究动作更为频繁,重视人才引进,着力打造研究业务竞争优势。

例如,3月8日,原德邦证券研究所副所长、首席策略分析师吴开达宣布履新天风证券研究所策略首席分析师,政策研究院院长。2月份,原中信证券宏观经济首席分析师程强加入德邦证券,担任首席经济学家兼研究所副所长;同月,原财通证券研究所业务副所长、产业政策首席分析师、金融行业首席分析师夏昌盛加入国金证券,担任研究所常务副所长;原天风证券首席策略分析师刘晨明加入广发证券研究发展中心,担任首席策略分析师。去年年底,原德邦证券首席经济学家卢晋加盟方正证券,任研究所副所长。

中国金融智库特邀研究员余丰慧对《证券日报》记者表示:“证券业研究人才的流动加剧是多方因素共同作用的结果。一方面,随着资本市场的发展和深化,卖方研究的重要性日益凸显,优质分析师对券商研究所的品牌建设、客户服务及业务发展至关重要。另一方面,公募费率改革等调整可能导致券商研究行业竞争加剧,部分券商面临的经营压力有所增大,部分中小券商寻求‘弯道超车’,在研究领域快速建立竞争优势,也加剧了对高端人才的争夺。”

此外,为留住人才,还有不少券商聘任研究人才担任公司高管职务。例如,2月份,粤开证券首席经济学家、研究院院长罗志恒被聘任为公司总裁助理。去年年底,国联证券研究所所长徐春升任公司副总裁。

在人才流动中,研究所所长、明星分析师炙手可热。张新原告诉记者:“面对愈发激烈的行业竞争,所长、明星分析师的加入能够提升券商研究团队的整体实力和知名度,提高券商研究所的市场影响力和竞争力,有利于拓展客户群体、抢占市场份额;同时,所长、明星分析师过硬的研究能力和专业素养,可以提升研究报告的质量,为投资者提供更有价值的研究成果,同时在当前严监管的态势下降低研报合规方面的风险。”

## 多地发布2023年数字人民币试点成绩单 功能上新 场景拓展

本报记者 李冰

截至3月13日,已有多个试点地区公布2023年数字人民币试点工作情况。

综合来看,各地依托数字人民币支付即结算、无电无网交易等功能特性,大力推动场景建设,发挥政府引导作用,充分调动各市场主体参与积极性,加速数字人民币应用融入市民日常生活。

## 特色场景亮点纷呈

据人民银行浙江省分行披露,2023年,浙江全省数字人民币钱包达到3526万个,其中对公钱包141万个,个人钱包3385万个。数字人民币交易笔数1.83亿笔,交易金额达到6478亿元。公众使用数字人民币消费金额达509亿元。各试点地区以数字人民币形式开展促消费活动26场,向公众发放数字人民币消费券近2亿元。

同期,数字人民币受理商户数

量达到333万个。浙江推进数字人民币与电子支付条码互通改造,2023年全年新增数字人民币受理商户200万个。

记者注意到,该地数字人民币特色场景亮点纷呈,更多便民服务应用迭代升级。据披露,财政统一公共支付平台270余种非税收缴全面支持使用数字人民币,在开学季开展数字人民币缴学费优惠活动。办税大厅新增数字人民币缴税渠道,全年以数字人民币形式缴税金额达630亿元。

另外,打造数字人民币养老应用场景,落地湖州医养机构“长寿卡”数字人民币硬钱包。推动杭州市体育培训机构率先试点接入数字人民币预付资金管理“元管家”应用,探索预付式消费资金管理新路径。

人民银行浙江省分行表示,2023年,浙江省数字人民币试点扎实推进,顺利实现增量扩面、提质增效、创新升级的试点目标,数字人民币在杭州亚运会成功应用,全省数字人民币应用规模再上新台阶。

阶,更多便民惠企应用场景加速落地,数字人民币应用生态进一步丰富完善。

“从公布的数据来看,浙江在数字人民币领域取得了亮眼的业绩。”在博通咨询金融资深分析师王蓬博看来,试点地区拓展数字人民币应用场景有助于数字人民币的普及,能极大地推动其发展。

## 落地成效显著

此外,据江苏省人民政府官网披露数据,截至2023年末,苏州全市累计开立个人钱包超2916万个,开立对公钱包194万个,钱包活跃度较2022年有数倍提升;全年交易金额超3万亿元,占全省交易量的九成以上。

从特色应用场景来看,苏州市各板块、部门、金融机构结合自身业务特色,打造50个可复制、可推广的创新示范项目,加速推进数字人民币在各领域的应用。清算通上线数字人民币清算服务,编写全

国首个公积金领域数字人民币应用标准等行业标准,在全国范围内产生广泛影响。

据人民银行福建省分行披露数据,福建数字人民币试点成效显著,截至2023年12月末,累计开立数字人民币钱包853.89万个,交易(含兑换、转账、消费)笔数8531.98万笔、金额3513.60亿元,开通数字人民币支付商户门店44.28万个,2023年数字人民币交易额、商户门店数同比增长27.56%、76.21%。并已实现通用类场景全覆盖。

另据济南市地方金融监督管理局披露,济南市创新推进数字人民币试点助力科创金融改革试验区建设。截至2023年12月末,该市累计开立数字人民币钱包264.34万个,其中个人钱包228.82万个,对公钱包35.52万个;累计交易74.24亿元,支持数字人民币结算商户门店累计达34.7万个。

人民银行河北省分行数据显示,截至2023年11月末,该省支持受理数字人民币的商户门店101.9

## 李宁将私有化? 公司回应称无需要披露的内幕信息

本报记者 李静

针对上市公司李宁被传将私有化一事,3月13日,李宁公司方面回应《证券日报》记者称,经过审慎调查,公司董事会确认没有需要披露的内幕信息,将继续依据监管要求,规范、透明且及时地向市场通报情况。

公开资料显示,李宁是中国“体操王子”李宁在1990年创立的专业体育用品品牌,公司于2004年6月份在港股上市,是第一家在港股上市的中国内地体育用品企业,到今年6月份,李宁公司上市将满20周年。

3月12日午间,有媒体引述知情人士消息称,奥运冠军、企业家李宁正在考虑将其同名公司李宁私有化,包括TPG、PAG和高瓴投资

在内的多家私募股权公司被邀请作为投资人加入。消息人士还称,李宁公司私有化的讨论尚处于早期阶段,尚未敲定细节。

或受此消息影响,3月12日午后李宁公司港股股价快速拉升,截至当日收盘,李宁报收22.10港元/股,涨幅达8.07%。

随后,李宁公司发布公告称,注意到了股价和交易量不寻常波动,公司董事会并不知悉原因。

但对于市场传闻的私有化问题,李宁公司方面并未否认,但也并未直接回复记者。

资深品牌管理专家、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄对《证券日报》记者表示,“不排除李宁公司私有化这种可能性的存在。”程伟雄表示,从当下李宁品牌的市场表现来看,无意之中的二次

东山再来自国潮的带动,而如今李宁品牌的发展受制于国潮过度化,导致在国内运动户外市场的蓬勃发展中,李宁品牌获益不多,本土竞争对手安踏、特步等品牌反而将迎来快速发展。

在程伟雄看来,在这样的背景下选择私有化,证明企业是有更多精力做好品牌中长期投入与培育的,资本的加持可以助力李宁品牌深层次变革。

“随着市场环境的变化和公司自身的发展,李宁可能认为私有化更有利于公司的长期发展。私有化后,公司可以更加灵活地制定战略,更好地应对市场变化。”知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示,私有化可以为李宁和其他股东带来财务利

益。在私有化交易中,股东可以获得比公开市场更高的溢价,从而实现资产的增值。

但私有化也存在一定的市场风险。詹军豪称,如果私有化后的公司运营不佳,可能会影响到李宁的个人声誉和公司的财务状况。

上述消息人士还称,李宁认为李宁公司的股价被低估,可能会较当前股价大幅溢价的价格进行收购。

回顾李宁公司在港股市场的表现,其股价于2019年开始一路攀升并在2021年9月份创历史新高,随后开始震荡下跌。截至今年3月13日收盘,李宁报收21.35港元/股,市值为552亿港元。

李宁公司的业绩同样面临挑战。2023年第三季度,李宁公司的营运情况就已低于市场预期,其销

售额、线下渠道、线上业务等方面都出现增长放缓或下降的情况。

截至目前,李宁公司尚未公布2023年全年业绩。据中金公司研究报告显示,预计李宁公司去年收入将同比增长5%至271亿元,净利润则下跌23%至31亿元。中金公司称,主要受市场竞争激烈、电商销售低迷、经销商加强库存管理,以及其他收入和其他收益减少影响。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜对《证券日报》记者表示,市场需求的不断变化和竞争格局的调整可能会对公司的业绩产生影响。随着运动服装市场的竞争加剧,品牌之间的差异化会越来越明显,李宁公司需要不断创新和提升品牌影响力,以满足消费者的需求。