



WHITE
BOOK

零售电商AI数智化营销服务 白皮书

2023.12

领先的对话式技术
解决方案提供商

目 录

前言	1
一、零售电商营销服务概况	2
(一) 零售电商行业数据	2
(二) 消费模式的变化趋势	3
(三) 零售电商营销服务技术应用	5
二、零售电商营销服务难点解析	7
(一) 消费者侧：体验差	7
(二) 客服侧：效率低	7
(三) 管理侧：运营难	8
三、零售电商 AI 数智化营销服务解决方案	9
(一) 消费者侧：提升体验	10
(二) 客服侧：提高效率	11
(三) 管理侧：精细化运营	12
四、标杆案例	15
(一) 瑞幸咖啡（中国）有限公司	15
(二) 某知名特卖电商	16
(三) 重庆百货大楼股份有限公司	18
(四) 北京物美商业集团股份有限公司	19
(五) 某知名护肤品牌	20
(六) 某知名商业连锁股份有限公司	22
五、零售电商数智化营销服务未来与展望	24

前言

当前，零售电商行业已经从过去的高增长时代进入存量博弈时代，产品与服务的差异化显得愈发重要。特别是随着体验经济的来临，消费者对于服务质量的要求日益提高。

新的时代底色，给行业的营销服务带来严峻的挑战。对员工而言，为了满足用户不断增长的服务需求，日常需要处理大量简单重复的用户问题，承受用户的抱怨，甚至还要承担营销增长的工作压力。对企业而言，经济下行业绩承压，客户运营成本居高不下，不堪重负。市场存量竞争愈演愈烈，企业客服中心、运营中心等部门职能也因此发生改变，亟需完成从成本中心向利润中心的转型。

为了破局新时代，零售电商企业纷纷尝试 AI 营销服务创新应用。需求驱动下，云计算、大数据、AI 等技术应用不断成熟，在消费者体验、客服效率和管理运营等维度均有不错的落地成果，帮助企业更好地了解消费者需求，显著降低运营成本，进而提高业绩表现。

本篇白皮书从零售电商行业营销服务领域的现状、痛点、趋势等维度展开分析，并选取了多个标杆企业应用样本，从对话式 AI 技术角度出发，围绕零售电商客户全生命周期提出一体化 AI 智能营销服务解决方案，旨在帮助零售电商企业降本增效，为行业的持续发展与数智化转型升级贡献智慧。

一、零售电商营销服务概况

(一) 零售电商行业数据

2011 年-2022 年, 网上零售额同比增长率总体呈下降的趋势。而在 2022 年, 全国网上零售额达到 13.79 万亿元, 占据了社会消费品零售总额的 31%。虽然网上零售额整体增幅相比往年有所下降, 但在社会消费品零售总额中占比逐年攀升。由此可见, 电商已成为零售企业需要重点布局的消费渠道之一。同时, 行业发展面临流量见顶、增量难寻的困境, 精细化运营的重要性逐渐提升。



图 1-2011-2022 全国网上零售额及同比增长率

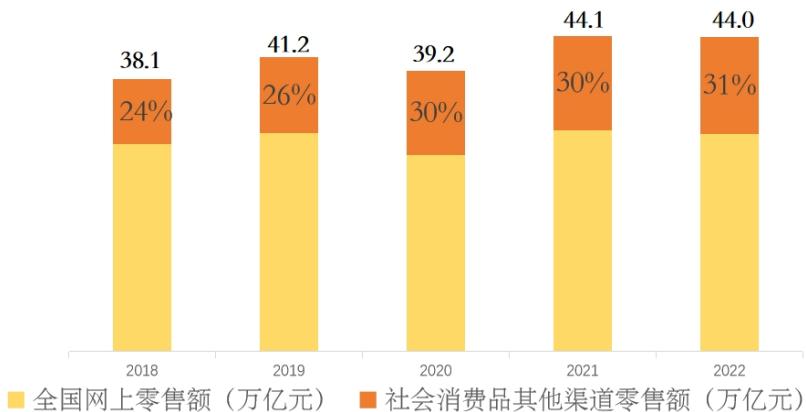


图 2-2018-2022 年网上消费额及社会消费品总额

（二）消费模式的变化趋势

随着经济和消费业态的回暖，中国消费市场被注入新活力，随之而来的，新人群、新需求、新模式的出现为中国消费市场正带来了全新的机遇和挑战。

相关研究显示，在消费者理念的相关问题调查中，当前看重性价比、按计划购物的消费者占比达到 80.4%。为了理性消费，消费者在消费前也通常货比三家，多方查阅优惠信息，判断种草内容的真实程度等。

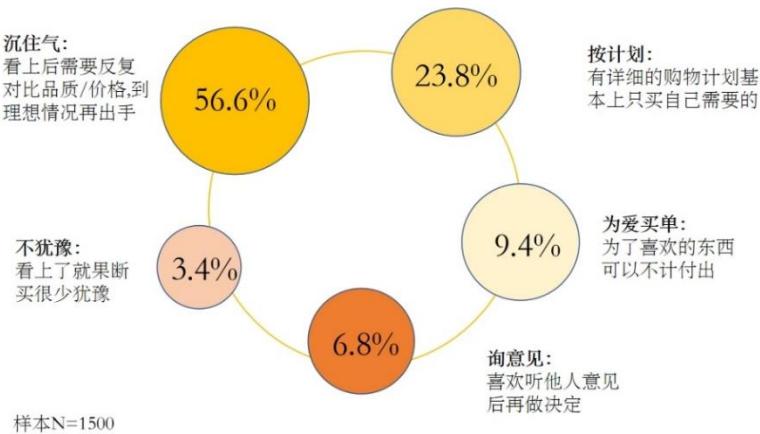


图 3-消费者理念自我评价

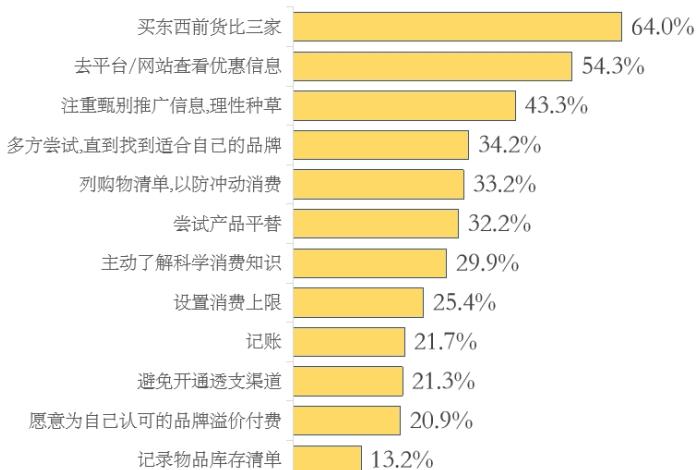


图 4-消费者理念自我评价

消费者理性回归，市场进入新阶段，企业发展也需要新打法，从粗放型扩张转向精细化运营，用好的产品、好的服务才能推动消费行为。想在存量时代持续增长，企业需要快速适应新型渠道及营销方式，为人们提供真正满足其需要的产品和服务，建立信任。

(三) 零售电商营销服务技术应用

在消费者主权时代，零售电商需要重新思考其商业模式，并应用数字技术升级其营销、服务、运营等等环节，深化数实融合，不断提升全产业链数字化水平。在这些数字技术中，大数据、ASR 及 NLP、大模型 LLM、AIGC 等已经成为了零售电商营销服务数智化的重要支撑。

1. 大数据

足够的用户数据资产沉淀是零售企业的数智化升级的必备条件，从而才能对用户数据进行分析与处理，并将其应用在各个具象的营销场景中，实现更加优质的营销效果。通过对海量的消费数据进行分析，零售电商企业可以更好地了解消费者的购物习惯、偏好和需求，从而为他们提供更加个性化和精准的营销服务。

以 CDP（客户数据平台）为例，其在整个企业营销数据生态中扮演着底层基础设施的作用，负责各方用户数据的收集、整合及加工处理。

2. ASR 及 NLP

ASR (Automatic Speech Recognition) 技术和 NLP (Natural Language Processing) 技术的应用也在零售电商营销服务中得到了广泛的应用。比如将客服和用户之间的对话，通过对 ASR 转译的话术文本进行深度分析后，进行深度提炼，再将提炼出的优秀话术反哺给其他客服，进而提升二次外呼营销的准确率。而基于语义分析和 NLP 技术，对客户对话内容进行加工和洞察，可以实现更精准的消费者需求洞察、反哺线上营销策略、提炼最佳营销话术等价值。

3. 大模型 LLM

大模型即大语言模型 (Large Language Model, 简称 LLM)，是指具有大量参数和复杂结构的机器学习模型，能够处理海量数据、完成各种复杂的

任务，如自然语言处理、计算机视觉、语音识别等。利用大模型自动生成对话流程的能力，可直接提高复杂问题的解决能力和问题的直接回答率。大模型的多轮对话等能力使得智能客服对话更流畅，拟人化程度更高，更像人与人之间的交流。同时，大模型的应用对于泛客服产品也有着重大的影响，包括智能质检、客服助手、智能陪练等，还可辅助提升知识库建设和运营的效率，从而实现降本增效。

4. AIGC

AIGC (Artificial Intelligence Generated Content) 也在零售电商营销服务中得到了广泛的应用。通过 AIGC 技术，零售电商企业可以进行营销服务内容的批量生成，高效产出数量可观的内容产品，大大提高营销服务部门的工作效率，降低人工成本，让有限的人力聚焦到个性化、高价值的工作中。

二、零售电商营销服务难点解析

零售电商行业市场竞争环境日趋激烈，优质的营销及服务体验越来越重要，科技时代下的零售行业仍然面临着很多挑战。当前以数字化为基座的运营及营销服务方式，与传统营销服务有很大区别，对运营流程需要深入改造，零售电商企业是否做好了组织架构、资源、人力等相关准备工作，零售企业又如何通过数字化手段和方式重构商业模式，是摆在所有企业面前的重要课题。

作为中关村科金旗下全场景智能营销服务平台，得助结合自身 9 年对话式 AI 技术应用积累，通过与众多零售电商企业的深度合作，洞察行业营销服务数智化转型领域存在的痛点，总结出了零售电商行业在体验、效率、运营三方面的痛点：

（一）消费者侧：体验差

1. 咨询问题响应慢，活动期间咨询排队等待时间长，客服质量难以保证。
2. 下班咨询无人响应，人工客服时间固定，消费者在非工作时间咨询问题，无法得到及时响应。
3. 消费者在咨询问题时，缺乏快捷导航，使用起来不够便捷。
4. 咨询商品问题流程繁琐，商品链接和订单确认反复发送，用户体验不佳。
5. 无法识别消费者紧急问题，不能快速转人工。

（二）客服侧：效率低

1. 咨询渠道多，缺乏统一的客服平台，客服人员需要重复切换后台系统，

工作效率低。

2. 在促销活动期间，消费者咨询量会大量增加，人工客服难以支撑。
3. 客服每天花费大量时间处理重复问题，非常消耗时间和精力。
4. 夜间无人值守，无法及时处理消费者的问题。
5. 商品信息亮点多，记忆难度大，客服人员负担大。
6. 消费者画像信息不完善，无法为其提供精准的推荐。
7. 售后回访和活动通知依赖人工外呼，工作量大，效率低。
8. 邀粉加微任务，无法快速触达大量消费者。

(三) 管理侧：运营难

1. 无法实时监管，导致问题第一时间不能得到有效处理，影响客户体验，造成负面影响。
2. 依赖传统人工质检，容易出现疏漏，服务质量无法保障、有效提升。
3. 客服人员工作性质特殊，人员流动大、招聘难度高、需要反复培训，企业成本居高不下。
4. 客户服务情况不清楚，客服人员的工作状态、工作效率以及客户满意度等关键信息无法得到及时有效的反馈和记录，导致企业无法准确了解客服中心的实际运营情况，影响了企业的决策和管理。
5. 传统多渠道客服系统相互独立，消费者信息分散、孤立，造成数据孤岛，无数统计分析对比，难以发现问题。

基于上述痛点，企业急需建立全新的一体化智能客户营销服务平台，做到快速响应，为客户提供全天候、快捷、高质量的服务，同时融合 AI 能力，降低客服的工作难度，提升工作效率，优化服务流程，提升客户体验。

三、零售电商 AI 数智化营销服务解决方案

面对数字化转型需要，对于零售电商企业而言，比较理想的状态和链路是围绕消费者购物过程，加入不同的数字化营销服务触点，再以大数据、AI 等技术为支撑，实现全链路数字化转型。但是如何把链路打通，构建智能化的营销服务全流程，是摆在企业面前的一道难题。

针对零售电商营销服务领域的窘境，中关村科金得助以“消费者体验”为中心，打造了零售电商智能营销服务一体化解决方案。该解决方案涵盖在线客服、语音机器人、文本机器人、云呼叫中心、智能工单等系列产品，通过整合 AI、大数据等多种技术手段，推动零售电商营销服务数字化，充分挖掘企业自身数据价值，提升全渠道客户体验，带动业绩增长，最终实现降本增效。



图 5-零售电商智能营销服务解决方案

(一) 消费者侧，提升体验

面向消费者侧，得助运用全渠道在线客服+智能分配+智能外呼机器人等产品组合，直击企业痛点，有效提升用户体验及满意度。

1. 多渠道整合

随着消费者触点越来越多元，覆盖全渠道服务的重要性不言而喻，得助在线客服系统支持官网、微信公众号、APP、小程序、电话等多渠道对接，实现消费者随时随地咨询业务，提升客户体验和满意度。

2. 智能分配

当有大量访客同时接入时，就要对来电或在线咨询进行分配，让不同访客都能被及时接待。得助智能分配解决方案，有着多种分配策略，其中包括在线分配策略、呼叫分配策略以及机器人分配策略等，多种分配机制能够根据业务需求而定，随时切换，让消费者分配到最适合的客服。

3. 智能 IVR

支持 7*24 小时的全天候自动化应答，拟人化语音式交互，精准识别用户意图，有效分流人工客服压力，高效解决用户问答。基于交互式语音应答 (IVR)、自动呼叫分配 (ACD)、坐席管理等多项特色功能，可实现通话快速应答，并将重要信息快速流转至相应节点，助力企业高效开展营销任务。

4. 智能客服机器人

7*24 小时在线接待：全天候服务的同时支持“秒回”，告别排队，通过机器人多轮识别、多意图识别、知识图谱的能力独立解决问题，降低客服压力，节省人工客服成本。

智能触发自动转人工：支持未知问题、情绪识别（焦急、消极、生气）、命中关键词多场景转人工策略，让机器人帮助企业提效的同时能精准识别

需要人工介入的场景，为消费者提供更有温度的服务，提升转化。

智能推荐：快速推荐高频问题，提高了用户的满意度，也减轻了客服人员的工作负担，打造更加高效、便捷的客户服务。

5. 智能外呼机器人

覆盖售前、售中、售后近 30 个场景，真正实现自动化服务与营销，提高转化率和客户满意度。通过“场景知识库+内置话术流程+定制模型”，外呼机器人助力品牌在送货通知及优惠促销等场景下快速启用外呼，减少配置成本，轻松触达大批量客户。

(二) 客服侧，提高效率

面对客服部门繁重的工作压力，得助引入智能工单、智能外呼、智能知识库、智能助手等功能，让多元化、智能化的产品功能协助人工客服提升服务效率，增加业绩转化。

1. 智能工单

多方协作，帮助客服解决消费者难题。客服每天处理售前、售中、售后业务的过程中，一线问题难以解决，通过智能工单快速流转到最适合的部门及专业人员，快速反馈及协助处理，提升内部协同效率，尽快回复消费者，增强消费者对品牌的信任度。

2. 智能外呼

替代人工完成大量简单重复的外呼任务，根据人机交互内容精准锁定意向客户，人工客服只需对意向客服进行后续跟进，极大地释放了人力。

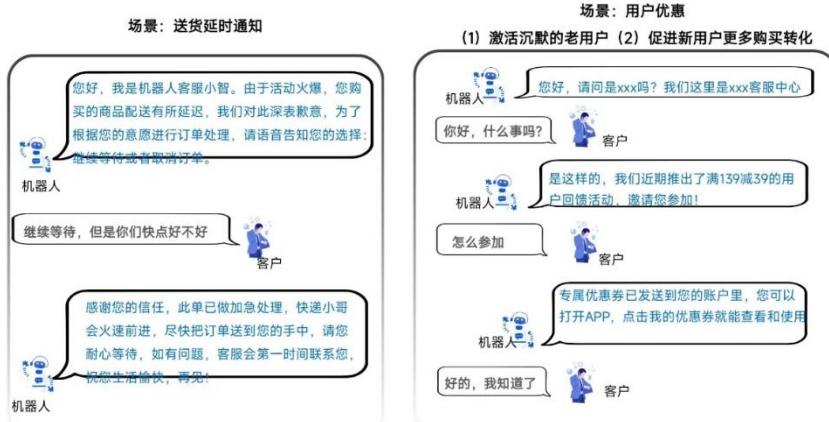


图 6-智能外呼机器人场景举例

3. 智能知识库

全渠道客服统一工作台融和智能知识库，知识运营人员维护好知识后，坐席可在工作台快速查阅知识，帮助坐席给予客户“快、准、精”的回答。

4. 智能坐席助手

应用于客服中心的营销、服务、催收等场景，提供实时知识推荐、风险预警、智能质检及运营监控能力，高效辅助坐席工作、改善坐席工作绩效，协助监管者快速掌控风险并及时处理。

(三) 管理侧，精细化运营

面向管理与精细化运营，得助提供数据报表、数据大屏、智能质检平台等产品，帮助企业消除孤岛，实现反哺，提升服务质量。

1. 数据报表

多维度数据统计，从机器人应答率、外呼触达率、人工服务效果、服务热点等维度综合分析，发现运营问题，及时调优，形成服务闭环。

通过高频问题、热点关注、消费者意见投诉等进行分析，帮助企业运营管理运营挖掘消费者需求趋势，实现对服务改善、产品优化的反哺，提升品牌价值。

2. 可视化大屏

数据大屏实时监管客服接待情况，异常情况即时预警提醒，提醒运营管理人员及时介入。



图 7-实时监控



图 8-可视化数据大屏

3. 智能协同

系统智能监控人机对话，在机器人无法回答、回答不佳、或触发投诉等高危意图时，立刻提醒管理员，管理员可无缝接管通话，保障良好的用户体验。

4. 智能质检平台

智能质检平台基于 ASR 语音识别、NLP 语义分析处理、情感识别模型等 AI 技术，对在线客服的服务质量进行智能质检分析，实现客服全渠道 100% 全量质检，降低人力质检成本，同时针对客服异常服务、服务风险进行实时预警，实现服务升级和重塑。

5. 智能陪练

利用人工智能技术，为员工提供个性化的学习方案和实时反馈，帮助他们更快地掌握知识和技能，同时帮助企业低成本快速培养人才。

四、标杆案例

(一) 瑞幸咖啡(中国)有限公司

1. 客户介绍

作为中国门店数量最多的连锁咖啡品牌之一，瑞幸咖啡在 2022 年以门店总数增长至 8214 家，总净收入 132.93 亿元的业绩，在“咖啡品牌大战”中稳居行业前列。以技术驱动人货场变革，瑞幸咖啡不断提升运营效率、加强品质管控，市场占有率及盈利能力正稳步增长。



图 9-瑞幸咖啡合作案例

2. 业务痛点

对于日常服务、售后回访及客户投诉等多个业务场景，瑞幸咖啡较难监控客服的服务质量，服务质效提升需求凸显。因此，瑞幸咖啡亟需通过收集语料、搭建质检模型、模型测试优化、数据分析，建立一体化智能质检体系，辅助质检团队提升服务质效。

3. 解决方案

基于对瑞幸咖啡现有质检方式的全面分析，结合其业务特性，得助围绕常规服务质量类、业务流程规范类、订单信息匹配类等质检需求进行行业务梳理，配置相应的质检流程，覆盖日常服务、售后回访及客户投诉等多个业务场景。通过收集语料、搭建质检模型、模型测试优化、数据分析，得助帮助瑞幸咖啡建立起一体化智能质检体系，辅助质检团队提升服务质效。

4. 方案价值

- (1) 日均检查数万通录音，全面提升服务质效：对海量语音，结合业务数据进行全方位、多角度的智能质检，质检团队不再需要依靠人工去检查每一通录音文件，系统将按照配置的模型规则自动进行命中打分，并将分数反馈给相应的客服人员，大幅提升质检效率，减轻人工质检压力。
- (2) 得助智能质检系统可自动生成质检报告，并完成数据分析：通过全方位的数据挖掘，洞察客户需求反哺业务，帮助瑞幸咖啡及时进行风险防控和主动营销，实现更精细的用户运营。

（二）某知名特卖电商

1. 企业介绍

某特卖电商是中国知名综合电商平台，在中国领创“品牌折扣+限时抢购+正品保障”的独特商业模式。自在美国纽约证券交易所（NYSE）上市以来，截至 2023 年 6 月 30 日，该特卖电商已连续四十三个季度实现盈利。

2. 业务痛点

随着业务的发展，公司现有的 IVR（Interactive Voice Response）系统已

经无法满足其发展需要。具体来说，现有 IVR 系统存在以下问题：

- (1) 信息安全要求高：现有 IVR 系统的安全性无法满足公司的信息安全高要求。
- (2) 操作成本高：传统的按键交互式 IVR 系统，客户选择问题等待的播报时间长，操作成本高。
- (3) 处理能力弱：现有 IVR 系统的处理问题能力弱，无法识别客户问题并出对应处理流程，处理问题主要依赖转人工。

3. 解决方案

针对该知名特卖电商面临的客服 IVR 痛点，得助提出了一套全新的智能 IVR 解决方案，为用户提供卓越客户体验和业务效率、有效解决用户问题、多渠道支持和持续优化，打造值得信赖的交互式智能语音应答系统。

- (1) 打造全新的语音系统功能点，解决当前客户呼入流程繁琐且不能一步到位解决问题的情况，最大化提高语音机器人问题解决率，提高用户体验。
- (2) 通过可视化拖拉拽方式构建多轮对话流程、支持一键复制流程和节点。
- (3) 按业务需求对接企业业务系统、将多轮对话与业务系统完美结合，大幅提升机器人解决能力。
- (4) 支持数据传输，对客户咨询数据进行分析，为客户提高更优质的服务。
- (5) 支持智能外呼场景，真人交互体验，助力提高业绩转化率。

4. 方案价值

完全替换了现有的 IVR 系统，提供了商城、APP 等多渠道接入，实现呼入流程、预约外呼、服务评价，供应商分机等相关功能；同时能够准确识别客户语境意图，识别准确率达到了 98%以上。

(三) 重庆百货大楼股份有限公司

1. 企业介绍

重庆百货是重庆市最早的国有商业企业，旗下拥有重庆百货、新世纪百货、商社电器、商社汽贸等品牌，涉足百货、超市、电器、汽贸等领域。



图 10-重庆百货合作案例

2. 业务痛点

业务范围广，人工客服成本高，效率低；客服部门架构复杂，沟通管理困难；电销、客服均需人工手动记录，便利性差，人工回访效率低，无法转化。

3. 解决方案

- (1) 语音联络中心：智能分析，智能外呼、工单流转，提升销售额，过程可控、可视化，提升转化。
- (2) 智能客服：提供 7*24 小时客服服务，减少人工重复工作，提升客户满意度。
- (3) 智能工单：高效联动内部协作，实现服务工单多部门、跨部门协作。

4. 方案价值

- (1) 语音联络中心智能 IVR 导航，提高 15%的有效解决率。
- (2) 智能客服有效解答 80%以上重复性咨询，降低人力成本 70%以上。
- (3) 智能工单帮助内部管理水平提高，内部信息转办效率大幅提升。
- (4) 智能外呼降低 60%人工成本，回访总量增加了 5 倍以上。

(四) 北京物美商业集团股份有限公司

1. 企业介绍

物美集团是我国最大、发展最早的全渠道数字化流通企业之一，旗下拥有“物美”、“美廉美”、“麦德龙”、“百安居”、“新华百货”、“重庆百货”等知名品牌，在全国拥有超过 2000 家多业态门店，年销售规模逾 1100 亿元，每年到店近 30 亿人次，引领中国零售产业快速发展和技术创新。



图 11-物美集团合作案例

2. 业务痛点

数据量庞大，人工触达成本高，双 11、618 大促、嗨购节等流量倍增，需要触达的客户数量剧增。

3. 解决方案

得助智能外呼机器人在高并发、高稳定性的系统支撑下，一次物美营销活动外呼就可智能触达总计超过 30 万的会员，并且仅需 2 天便完成全部外呼任务；在通话接通后，系统即刻推送相应活动短信至用户手机，大幅提升活动通知效率，确保 100%触达；此外，智能语音机器人还具有自动重呼、实时空号检测等功能，进一步保证会员的完美触达率。

4. 方案价值

11.11 营销大促活动中，实现外呼接通率为行业水平的 125%，外呼效率达人工的 13 倍；一次活动 30W+会员全触达，活动外呼通知会员覆盖 100%。

（五）某知名护肤品牌

1. 企业介绍

某知名护肤品牌成立于 2010 年，专注敏感肌肤的皮肤学级护肤品牌。目前，该知名护肤品牌在中国功能性护肤品市场占有率达 20.5%。2021 年双十一，该护肤品牌在天猫美容护肤类目中荣登 Top6。

2. 业务痛点

消费升级时代，“零延时”响应客户需求，提供全面、精准的优质服务，是该知名护肤品牌突围竞争的关键。

3. 解决方案

- (1) 在线客服，聚合客户连接触点，将线上服务渠道全面整合，便于客服掌握服务进度，加速需求转化，提升服务效率。
- (2) 文本机器人，7*24 小时全天候服务，通过自然语言处理、知识图谱等技术，精准识别客户意图，对护肤产品、保养攻略等高频问题，快速给出精准答案。
- (3) 得助智能 CRM 管理模板，轻松掌握客户来源、产品购买意向度、咨询问题类型等信息，形成完整的客户画像，提升营销转化环节的效果。
- (4) 可视化报表，基于咨询进展、客户跟进情况、转化结果等数据，形成可视化报表，便于客户经理了解营销服务进度，灵活调整营销管理方案。

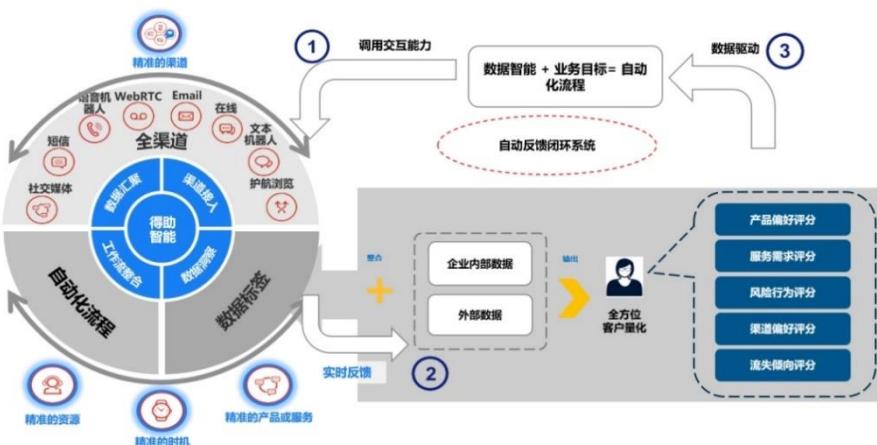


图 12-解决方案结构

4. 方案价值

- (1) 机器解决人 85%以上常见高频、热点咨询问题。
- (2) 7*24 小时全天候服务覆盖，满足不同时段的客户咨询需求，快速提升服务效率及客户满意度。
- (3) 100%全面掌握客户信息，完整的客户画像帮助提升营销转化率。
- (4) 可视化数据报表，全面展示分析业务数据与服务数据，快速实现数据反哺业务。

(六) 某知名商业连锁股份有限公司

1. 企业介绍

某知名商业连锁股份有限公司始创于 1995 年，致力于成长为中国领先的商业及服务业运营商，已成长为拥有超市、便利店、购物中心、商业综合体、物流运输等多业态的商业集团，是中国连锁 20 强、中国企业 500 强。

2. 业务痛点

在双十一等电商购物节期间，咨询量为平日的数倍，客服团队人手不够、精力有限难免出现响应滞后、疲于应对等问题；企业各渠道客服人员分散处理、单独接线，再分别统计，同时依靠客服手动记录、导出相关数据，便利性较弱准确性较低，所反馈的客户数据信息未能实现有利的二次转化。

3. 解决方案

- (1) 在线客服，为该企业微商城提供一站式接待服务，一屏响应所有咨询，支持多种消息格式，无需随时切换系统，大大提升了工作效率；在咨询高峰时，可进行动态灵活的人机调配，智能客服机器人从旁辅助，快速响应客户咨询。

- (2) 工单系统，让客户与客服的会话可与工单数据互通，完整记录整个服务过程；对接订单系统，在线咨询、电话咨询等客户订单问题可直接生成工单，并进行后续跟踪，解决过程清晰可视，帮助确责确权，推动企业跨部门高效协作。
- (3) 统一工作台，实现全渠道统一管理，将售前商品咨询、售后订单查询、退换货处理等全面智能化，同时通过得助统一工作台的报表查看板块，可实时查看包括呼入呼出报表、接通率、话务统计以及在线客服、智能客服的接待情况等，报表清晰直观，对该企业的客户服务工作提升有着极强的指导意义。
- (4) CRM 系统，可轻松有效地记录众多客户数据，告别客户资料记录管理困难，根据数据建立多维多面客户画像，完善客户数据管理。

4. 方案价值

通过导航菜单、多轮对话等，智能客服机器人能帮助解决超 80%的会员咨询及业务办理；提升了该企业客服的接待效率，在线客服接起率达到 97%，在线客服一次性解决达到 100%；最终帮助该企业完成了整体智能化升级，实现了客户与智能客服机器人、客服代表的无缝对接、实现售后问题全环节闭环管控、顾客满意度量化管理，以及客户微信在线服务关系构建、服务营销深度运营等。

五、零售电商数智化营销服务未来与展望

随着场景应用的日益成熟和市场规模的不断扩大，零售电商数智化已成为当前经济环境下高速增长的明星行业，呈现出不可阻挡的趋势。

在场景落地方面，随着 AI 技术的发展和在零售电商行业的应用，AI 数智化营销服务将变得更加成熟。这对于提高数据利用效率、优化业绩增长模型等方面都起到了积极作用，为零售商带来更加高效、精准的服务和营销方式，提升消费者的购物体验，推动零售电商行业的持续发展。

在市场规模方面，据 Global Market Insights 数据显示，2018—2024 年间全球人工智能在零售领域应用年均复合增长率（CAGR）超过 40%，应用市场规模在 2024 年达到 80 亿美元。

此外，新技术的应用为零售电商企业提供了更加个性化、便捷和高效的营销服务，提升了企业的竞争力和市场份额，为消费者提供更加优质的购物体验和为企业带来更多的商机，也给行业带来明显的发展趋势：

1. 智能化发展：随着人工智能、大数据等技术的不断进步，电商零售行业正朝着智能化的方向发展。这些技术不仅可以帮助商家更好地了解消费者的需求和行为，还可以提高供应链的效率和准确性。
2. 数字化转型：数字化不再仅仅是关于渠道的拓展，而是更多地关注如何驱动门店、商品和供应链的精益运营，实现降本增效。这意味着零售商需要更加注重技术和数据的应用，以提高效率和满足消费者的需求。
3. 全渠道策略：用户渠道过于多样化，导致零售电商业的全渠道策略已经成为一个不可逆转的大趋势。零售商需要确保在所有渠道上提供一致和高质量的用户体验，以满足消费者的多样化需求。
4. 数据驱动决策：随着数据洞察能力的提升，零售商可以更加精确地预测市场发展趋势，从而做出更加明智的商业决策。

关于得助

得助是北京中关村科金技术有限公司旗下自主研发的全场景智能营销服务平台，通过人工智能、ASR、TTS、NLP 等技术，打造的企业级全场景精准化的智能交互平台，平台提供云呼叫中心、智能语音机器人、智能客服、在线客服、智能质检、CRM 以及工单产品，可应用于企业服务营销的售前、售中、售后场景中，帮助企业进行服务营销的数字化升级。

北京中关村科金技术有限公司成立于 2014 年，总部位于北京，在上海、重庆、深圳、成都、新加坡等地设有分支机构。中关村科金是国家高新技术企业、中关村高新技术企业、北京市专精特新“小巨人”企业，在人工智能、大数据、实时音视频等前沿技术领域形成多项核心能力，累计受理专利申请 1677 项，获得 398 项软著及 CMMI5 国际认证。其中人脸识别、声纹识别等人工智能前沿技术领先行业，屡获国际大奖。

免责声明

本文档可能含有预测信息，包括但不限于有关未来的财务、运营、产品系列、新技术等信息。由于实践中存在很多不确定因素，可能导致实际结果与预测信息有很大的差别。因此，本文档信息仅供参考，不构成任何要约或承诺，中关村科金不对您在本文档基础上做出的任何行为承担责任。中关村科金可能不经通知修改上述信息，恕不另行通知。

版权所有 © 北京中关村科金技术有限公司所有。

保留一切权力。

非经北京中关村科金技术有限公司书面同意，任何单位和个人不得擅自摘抄、复制本手册内容的部分或全部，并不得以任何形式传播。



扫码免费试用