

伯俊研究院出品

# 伯俊新视界

12 给拳击馆  
装上“数字心脏”

16 智慧工牌  
让导购业绩“开口说话”

40 配补调  
从8小时到2小时的效率跃迁

48 让门店  
“试而未购”变机遇

## AI+新零售



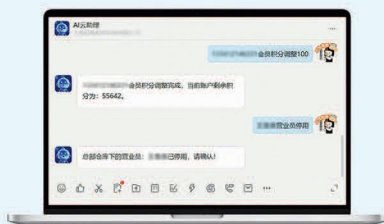
<内部赠阅>

# 伯俊助力零售企业建设AI三阶段

## 工具体验

### 不要表单, 要指令

简化信息查询、状态管理及流程操作, 提升基础工作效率



### AI大屏

数据总结  
数据分析  
不限载体  
智能场景推荐



### AI问数

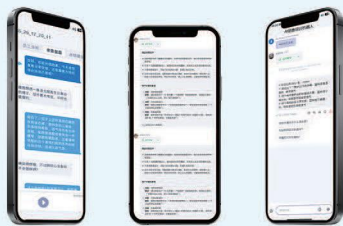
实时查询业务数据  
深层洞察分析  
精准指导建议



## 业务融合

### AI智慧工牌

将优秀业务经验 (话术、场景、交易模式) 标准化、规模化, 提升整体销售团队能力与成交率



- 销售话术实录+文字转换
- 销售技巧提炼+知识库沉淀
- AI 模型训练+智能问答

## 流程创新

### AI穿搭顾问

从用户体验到后端运营实现全流程智能化, 提升整体商业效率



#### 场景一: 千人千面推荐



结合历史购买记录&搭配策略, 生成客户专属的搭配建议



导购应用AI生成内容发送给顾客

#### 场景二: 每日穿搭推荐



根据顾客购买记录与预设, 自动生成每日穿搭推荐



顾客向AI提出穿搭需求, AI生成穿搭推荐

# 目录

## CONTENTS



总编: 孙一晖  
主编: 高融  
编辑: 王亮  
美编: 赵莉  
校对: 晓璟 朱晓雯

### 02 卷首语

数据主权与 AI 革命, 传统产业转型升级的双引擎 2

### 04 零售快讯

### 06 AI+ 新零售

点燃零售智能革命, 三步重塑你的商业未来! 6  
ABORO 拳馆, 专业基因与数字化赋能的精品健身之路 12  
从销冠到教练, AI 智慧工牌如何让导购业绩“开口说话”? 16

### 20 门店生意

ROOKIE 用全渠道与智能化实践, 打破童装行业壁垒 22  
为 POS 插上 AI 的羽翼: 解锁高效、自助、智能的门店运营新范式 24  
Kappa: 挖掘会员增长新动能 26  
国际品牌集体换装中国“芯”, 中国 POS 迎来黄金时代 28

### 32 电商生意

斯凯奇以“单闭环”与“一盘货”驱动业务高效增长 32  
从填表 10 分钟到指令 10 秒, AI 云助理解放 90% 零售人力 34  
年轻人为 3C 狂热买单, 一场理性与感性交织的消费革命 38

### 40 商品运营

瑞尔时尚: 卸下商品调拨的重担 40  
从人工 8 小时到系统 2 小时的效率跃迁  
突围行业寒冬: 以「快」与「安全」重塑时尚配补调效率 42

### 46 增量引擎

倍轻松, 用即时零售驱动门店业绩增长 46  
大麦购物车, 让门店“试而未购”变机遇 48  
抢占市场先机, 伯俊助您五天闪电开店! 50

# 数据主权与AI革命， 传统产业转型升级的双引擎



文 / 孙一晖 (伯俊科技董事长)

## 冰火两重天的行业分化时代

当前各行业发展水平的差异化十分明显，部分行业如科技、新能源等利润持续攀升，而餐饮、零售、地产等则受消费降级、成本压力影响陷入困境，凸显经济结构转型阵痛。以服装行业为例，2024年中国服装行业呈现残酷的“金字塔效应”：

1. 根据中国服装协会和国家统计局的数据，2024年中国服装行业规模以上企业（年主营业务收入2000万元及以上）的利润总额为623.81亿元。该利润覆盖了规模以上企业13820家，占行业主体。

2. 其中64家上市公司实现了315.1亿的净利润，前十名企业占了上市公司利润的96%，安踏以155.96亿的净利润，占了将近一半。而另一边，大量中小企业在价格战中挣扎求生，男装品类甚至出现销量下滑10%、客单价下降9%的“双杀”局面。

更扎心的是平台经济与实体产业的失衡：阿里2024财年归母净利润1574.79亿元，相当于整个服装行业净利润的2.5倍。这种扭曲的分配机制倒逼企业重新思考：线上流量成本吞噬利润，平台坐拥数据红利，传统模式该何去何从？

## 电商时代，企业数据主权的缺失

在中国的几大平台中，阿里的利润并不是最高的，但是服装服饰在阿里的占比相对其他平台更高。马云创建阿里时，使命是“让天下没有难做的生意”，余音还在绕梁，服装行业这个应该不难做的生意已经面临巨大问题：需求不足、低价竞争、两极分化。

伯俊近几年开拓了很多除服饰以外的其他行业，比如

食品、3C、快消、家具家装、陶瓷卫浴、五金建材等，应该说在目前的经济情况下，大家都不好做，至少没有以前好做了。但是相对而言，服装企业更难一些。衣食住行，按理说服装是一个大行业，为什么会如此困难？难道服装行业很传统很落后吗？以我们的观察和比较，从数字化水平来说，相比于其他传统行业，服装行业是碾压式的领先。如果说行业的规模、重要性和先进性都很高，当整个行业赚不到钱，一个为行业提供服务的平台公司，赚到的利润却是整个行业的2.5倍，是什么原因？何以至此？

我们认为答案是数据主权。

一个顾客在天猫店买了衣服，商家知道这个顾客是谁—从哪里来—到哪里去吗？她/他看了哪些商品，怎么做的决定？商品的什么特质吸引了他/她？商家得到了一笔生意，可能也赚到了钱，但这个过程是黑盒，而平台却有这些过程数据。也就是说，平台有数据的主权，而商家没有。从数据主权的角度再来分析一下商家和平台的关系：看上去平台是为商家服务的，平台上有这么多的服务供商家选择，而且是收费的。但因为最终的数据在平台手里，积累的价值就在平台手里。两者的关系其实是商家为平台服务，不仅如此，商家还边提供服务边付费。

没有数据主权的代价将会日益沉重，商家付费为平台提供了数据，平台根据数据封装了各种商家所需要的服务，为了更好的流量，更好的复购，商家将赚到的钱再次购买了平台服务。这种数据和服务的闭合形成了一个漩涡，最终几乎吸走了商家所有的利润。

有些企业线上平台的占比不高，主要收入来自于线下。从数据的角度看一下线下生意，还是这几个问题：顾客是谁—

从哪里来-到哪里去了, 什么商品吸引力他/她? 为什么最终他/她没买?

商家还是没有这些数据, 有的仅仅是交易数据。当然, 交易数据很重要很关键, 但交易是最终的结果, 它已经发生了, 商家对这笔交易不能改变什么! 相比线上, 线下总体还是缺数据, 特别是大量的缺过程数据。过程数据包括企业运营的所有过程, 只有把更多的业务运营过程进行数字化, 才能对业务进行统计、总结和改进, 才能更好地提升效率乃至提升利润。

## AI革命, 这次能打破平台魔咒吗?

平台和商家的关系已经大致定型, 我们也并没有办法去改变什么。好在时代变迁得越来越快, 这几年迎来了一个更大的风口: AI。

确实AI更具备想象力, “ALL IN AI”, “在AI时代, 所有行业都值得重新做一遍”, 我们在市场上听到了这些熟悉的声音。多年前电商互联网崛起时, 我们也听到过这些口号: “ALL IN电商”, “在互联网时代, 所有的行业都值得重新做一遍”。看上去结局似乎注定重演——巨头仍然是阿里、字节、腾讯等。一样的配方, 一样的剧情, 这次能期待一个不一样的结果吗?

伯俊这几年在AI上的实践带来了希望: 利用AI辅助采集过程数据, 让运营变得像点外卖一样简单。以我们最近推出的五大应用为例:

### 1. AI智慧工牌: 实战案例锻造销售真经

传统的销冠经验分享, 常常停留在“练货”模拟层面, 缺乏真实案例支撑。AI智慧工牌采集真实、成功的销售现场对话, 融合人群特征、商品特性和导购思路等多元信息, 辅以AI深度分析, 商家便能高效提炼出可验证、可推广的金牌话术, 赋能导购团队, 提高卖货效率。

### 2. 促销千店千策: 告别“全场5折”的蛮荒时代

2024年8月, 某运动品牌在阿里平台GMV暴跌23%, 却在抖音增长71%, 根源在于未区分平台用户价格敏感度。各个门店的所在区域、渠道、平台不同, 导致差异化的经营表现。基于AI综合分析各家门店的历史表现与周边商业数据, 得出千店

千面的营销策略, 而不再是总部统一下发标准化活动方案。

### 3. 智能订单路由: 库存“动”起来才有生命

智能履约中的订单发货仓库动态优选策略, 通过实时数据分析与算法决策, 在订单生成瞬间自动匹配最优发货仓库, 实现成本、时效与资源的最优平衡, 做到“用更少的库存, 做更多的生意”。该策略依赖三大技术模块: 规则引擎, 定义优先级逻辑; 实时数据池, 掌握库存、负荷、物流报价; 路径优化器, 实现多目标决策算法。实际应用中, 某服装企业通过动态路由将华南订单从爆仓的广州仓分流至深圳仓, 物流时效保持48小时内, 同时每年节省约150万元的运力成本。

### 4. 智能配补调: 让AI成为“首席预测官”

传统配补调重度依赖商品人员的工作经验。智能配补调系统通过深度学习历史销售、天气、竞品活动等信息, 基于可用库存, 得出最优的库存分配方案, 实现提高货品效率与降低物流成本的动态平衡。某女装品牌应用后, 不但压缩了80%的配补调工作时长, 还提高了动销率、齐码率、爆款满足率等一系列业务指标表现。

### 5. 智能衣橱: 从“卖货”到“终身服务”

品牌在顾客完成服装购买后, 基于购买记录, 结合实时动态数据如季节变化、当地天气、即将到来的节日/活动等, 按预设频率如每日或每周, 推送个性化的服饰搭配建议。不仅可以激发顾客对已购服饰的重复穿着意愿, 有效延长产品生命周期, 还能通过推荐与已购单品风格互补的新品或配饰, 创造自然的二次购买场景, 提高复购率。此外, 与顾客保持规律性、有价值的品牌互动, 提供穿搭灵感与生活方式建议, 这也显著地增强了品牌粘性与会员忠诚度。

## 展望: AI让线下零售“触底反弹”

回顾过去十几年的电商时代, 从运营效率和模式上看, 电商是远远优于线下的。其中有很多原因, 但是很重要的一点是电商拥有比线下丰富得多的过程数据, 这是线下的短板。但是在未来的十年, AI能够帮助线下零售获取和积累足够多的数据, 这些数据甚至能和电商媲美, 结合线下更强的服务特征, 我们可以期望, AI时代是线下零售触底反弹的时代!



## Insta360影石全景业务焕新

Insta360影石上线伯俊门店终端解决方案优势明显。收银3步5秒快速操作，无需下载开机即用；商品管理能力强，可全过程跟踪监管，还能通过唯一码详尽追溯各流程节点。

## 即时零售促倍轻松业务增长

倍轻松引线上流量至线下做即时零售，购物更便利。伯俊系统梳理订单、整合退款，引入高效收银系统；规范流程，搭O2O模式促新店复制；统一系统，实现B2B标准化，优化分销与返利。



## 伯俊助力OPPO业务全球化腾飞

伯俊系统助力OPPO优化库存管理：自动化订单流转与智能备货提升周转效率；精细化管理控成本；业务全流程数字化，支持多场景履约；与财务集成，推动信息化，为业务决策提供精准数据支持。

## Haglofs火柴棍业绩开启新篇

Haglofs火柴棍因业务独特，伯俊为其搭建ERP系统，增强数据分析，优化内部流程。伯俊OMS系统布局多平台，无缝对接订单，合理分配库存，智能处理订单，避免履约延误。



了解更多案例



## Clarks百年鞋企数字化的基石

基于Clarks的多平台布局，伯俊OMS系统提供订单与库存方案，实现各渠道订单无缝处理、库存智能共享同步、自动化对账分析。大促时，智能促销策略灵活处理赠品，减少干预，提升运营效率。



## Deckers发力中国市场门店增长

在中国多变零售市场，国际品牌应对促销有挑战。伯俊为Deckers集团提供本土化方案，门店POS系统提升结账效率，促销引擎助营销，集成能力强，移动化报表还能销售策略调整提供有力支持。

## 伯俊系统轻松支撑红豆居家千余门店

国民品牌红豆居家发展过程中，伯俊系统全方位助力。门店云促销引擎应对复杂促销；全渠道库存共享，云仓方案提升库存利用；一物多码管理，系统自动分配编码，降低错误率，让商品流通更高效。



## 蕉下升级库存实现一盘货

基于蕉下对系统的高要求，伯俊在分析仓储流程后，以全渠道一盘货五层库存算法建新型库存模型，支持按订单类型定履约规则、智能分仓，实现订单等多流程自动化，以及库存核对与全链路监控功能。

## 户外品牌OSPREY小鹰的业绩跃升之路

OSPREY小鹰主要以经销商模式运营，伯俊ERP打造高效分销模式，优化流程、强化沟通，丰富报表体系，还通过唯一码防窜货、鉴真伪，全过程监管保障消费者权益。



## 三重赋能，共促ECCO门店业绩稳健增长

ECCO门店使用伯俊大麦iPad收银提升顾客体验，采用O2O模式，通过伯俊系统分配订单，还引入伯俊云仓系统解决缺货问题，高效满足消费者需求，提升库存周转率，避免错失销售机会。

# 点燃零售智能革命， 三步重塑你的商业未来!

文 / 陈雨陆 (伯俊科技CTO)



最近，AI无疑是商业世界最火爆的话题。但作为一名务实的企业决策者，您最关心的核心问题可能非常直接：AI到底怎么嵌入我的实际业务？部署起来快不快？能不能真真切切看到效率提升？我的员工，无论基础操作员还是资深运营，都能轻松上手吗？

这些疑问，我们在伯俊服务成千上万零售客户的过程中，听得最多，也理解最深。通过大量的实践总结，我们发现企业落地AI并非一蹴而就，而是沿着一条清晰的路径演进，大致可以分为三个阶段：从“用好AI工具”，到“业务融入AI”，最终抵达“流程由AI驱动”。当下，许多零售伙伴正处于跃跃欲试的“工具使用”期，一部分已勇敢迈入“业务融合”的深水区，而真正完成AI基因深度改造的“原生”企业虽仍是少数，但那清晰可见的趋势，正预示着零售业的未来图景。

## 第一阶段：

AI工具“秒杀”重复劳动，释放一线生产力！

许多零售企业尝试AI的第一步，往往从消灭那些耗时费力又价值有限的“标准动作”开始。想象一下：填日报、查

库存、走报销、做基础对账……这些任务占用了员工大量时间，却难于带来直接的增长。员工痛苦于重复劳动，企业苦恼于人力成本。

这正是伯俊「AI云助理」大展身手的舞台！它信奉一个核心理念：“不要表单，要指令！”不再需要员工在多个系统界面间跳转，费劲地查找字段、填写复杂的表单。只需像与助手对话一样，直接说出需求：“查一下昨天南区所有门店的TOP10销售”、“看看A仓S码商品的库存，调拨20件到B店”、“生成上月促销活动的结案报告”……AI云助理瞬间理解意图，自动调用后台系统，一气呵成完成任务。

价值直击：上手零门槛，员工几乎一教就会；效率立竿见影，动动嘴皮就能取代过去动辄数小时的操作（已深度集成飞书、钉钉、企业微信，无需切换平台）！它像一个超级外挂，专门消灭标准化重复劳动，让团队腾出手来做更有价值的事。

## 第二阶段：

AI深入业务一线，成为你的“金牌导购搭档”！

AI的价值绝不能止步于效率工具。零售企业更期待它

能真正参与到核心业务决策和执行中，带来业绩增量。当店员需要更精准的推荐、话术支持，当运营需要借助实时数据做出判断时，AI如何发力？

伯俊科技的创新方案「AI智慧工牌」，应运而生。这并非一个物理工牌，而是一个武装在店员身边的、“懂业务”的超级智能体。我们为每个品牌搭建专属的知识语料库，沉淀精品话术，整合会员画像、实时库存、促销活动等多维数据源。导购和顾客交流的场景非常高频，我们记录下其中的成功案例，提炼成真正管用的“金牌话术”，作为销售培训利器。

价值直击：新员工也能获得“老法师”级的洞察力，转化率显著提升；店员从此摆脱单打独斗，有了永不离线的“黄金搭档”；库存周转加速，滞销变畅销。AI不再仅是助手，而是成为了赋能一线、驱动业绩的关键业务伙伴。

### 第三阶段： AI驱动流程再造，开创“无人导购”新境界！

AI变革的终极目标，是成为业务流程的设计者和驱动者。以私域运营为例：传统模式严重依赖导购手动群发消息、推送商品、私信触达、催单促活。人力成本高昂，响应速度受限，规模化、个性化服务更是难题。

伯俊「私域AI无人导购」方案，彻底颠覆这一流程！用户在你的企微社群、公众号或小程序里，不再是等待导购服务，而是与一位7x24小时在线的智能导购互动。它能主动识别用户需求：根据用户图片或文字描述提供穿搭建议、精准解读商品亮点和实时促销、智能推送关联搭配甚至直接促成下单。从需求识别到最终转化，AI完成闭环，全程无需人工紧盯。

价值直击：人力成本大幅缩减；服务响应秒级到达，转化效率倍数提升；会员享受高度个性化、即时响应的服务体验，黏性增强。AI在这里不仅仅是参与者，它是重构私域运营规则的核心引擎，释放巨大生产力，创造全新客户体验。

### AI实战风暴：伯俊正在重塑零售同行

从第一阶段降低使用门槛、养成习惯，到第二阶段深入业务、创造增量价值，再到第三阶段重构流程、提升效能——伯俊提供的不再是孤立的AI工具，而是支撑零售企业智能化进阶的完整AI引擎矩阵。

在成功实现从工具应用到流程智能化的跨越后，我们将引领全域智能化场景迈向AI自主运营的新阶段。

「智能分货革命」：曾经，门店配货极度依赖资深运营的经验，耗时费力，且易出错或遗漏。通过伯俊AI方案，系统自动分析每日门店销售、实时库存、动销速度数据，当天即可生成精准的分货补货建议！运营人员只需复核确认。价值：分货决策效率提升90%以上，人力极大释放，滞销库存显著减少，畅销品断货风险降低。

「私域转化跃升」：会员太多服务不过来？千人千面难以实现？伯俊AI赋能私域运营：根据会员画像和行为偏好，自动生成个性化推荐话术、商品组合建议、精准活动提醒。价值：会员转化率实现20%+的显著提升，个性化服务赢得客户心，会员活跃度与复购率双双走高。

「跨部门智能协同」：促销活动各自为战？部门间信息壁垒导致决策冲突？伯俊AI整合品牌活动、商品库存、门店执行等全域数据流，提供统一的业务视角，让不同部门基于同一份“事实”进行协同决策。价值：打通信息孤岛，提升部门协作效率与决策一致性，确保营销活动精准落地，资源投入产出更清晰。

### 伯俊视角：AI，零售智能运营的终极引擎

我们始终坚信，零售业的数字化转型，绝不只是上线几个系统、多填几张报表，核心在于底层运营逻辑的彻底升级！在即时通讯（IM）成为核心工作环境的今天，伯俊致力于让AI成为您企业中真正的“智能运营托管者”——让组织架构更轻盈灵活、让经营决策更快速精准、让业务执行更稳定高效！



## 务实地将AI定位于 知识管理与效率提升

我们正积极利用AI解决内部知识管理的痛点。公司内部有大量知识库，如IT手册、HR政策、SOP等，传统依靠员工自学或集中培训的方式，在人员流动频繁、业务繁忙时效果有限。如今，员工在工作中遇到操作疑问，如库存转库、门店收货等，无需翻阅冗长手册或依赖“老师傅”，可直接询问AI知识库助手。它能迅速定位并提供相关章节内容，员工可即学即用，显著缩短碎片化学习周期，提升效率。自去年12月上线以来，每月上千次的查询量证明了效果。

除知识管理外，我们在营销素材生产、AI招聘辅助、个性化产品设计支持以及功能性面料研发等环节，也在探索AI的应用潜力，旨在提升特定环节的效率。

## 系统整合与数据协同

在推进中国区数字化过程中，我们今年聚焦两大

重点项目：客户关系管理系统（CRM）升级与私域小程序平台优化。

CRM系统的重大升级旨在实现对消费者的360°全景洞察。未来的分析将超越基础的交易数据（如购买频次、金额等），深入融合消费者行为数据，提供更立体的画像。在私域建设上，我们正重新整合品牌的微信小程序，构建统一的私域平台。新平台将支持新店快速上线，实现品牌成功经验的高效复制，并计划在下半年拓展至集团其他品牌。

若能顺利完成小程序与CRM系统的升级整合，并通过持续细化深化其能力，MaxMara在中国奢侈品领域的数字化程度将处于前列。

我始终认为，真正的数字化不能止步于某个环节（如仅关注营销技术MarTech），而应贯穿整个业务流程。例如，一次成功的产品上市推广，需要整合人群匹配数据、媒体投放计划、产品实际到货数量与时间、物流清关进度乃至生产排期等，实现营销活动与供应链保障的精准联动。这正是我们持续努力的方向：让数字化成为支撑MaxMara经典温度与现代效率并行的坚实基础。

# AI云助理：不要表单，要指令

操作人员不用登录系统操作表单来完成业务场景  
而是向AI工具发布指令来完成

效率开挂神器 ▶

颠覆目前的操作方式 ▶

解放双手 ▶

钉钉、企微、飞书 ▶

支持试用 ▶

每个人的AI助理 ▶

把原来繁杂的系统操作流程，浓缩成一句指令，让系统自动去执行

## 01 数据查询

**动口不动手，数据秒呈现**

下发数据查询指令，AI助理查询并推送系统报表或数据



## 02 状态变更

**动口不动手，状态秒变更**

下发状态变更指令，AI助理更改店员、店铺、用户、库存等相应的状态



## 03 流程操作

**动口不动手，流程秒实现**

下发流程操作指令，AI助理操作货品调拨、货品共享、会员管理等流程



“管数据、调状态、跑流程”的7\*24小时的AI助理

# ABORO拳馆， 专业基因与数字化 赋能的精品健身之路

文 / 张天 (X-Sigma事业合伙人)



X-Sigma作为一家投资企业，专注于投资和孵化具有潜力的零售品牌，目前已布局健身与宠物赛道。2024年，我们开始与上海知名拳击品牌Aboro合作。Aboro并非一个新兴品牌，创始人米歇尔·阿波罗 (Michelle Aboro) 是拳击界的传奇人物——5次荣获世界拳击冠军、拳击名人堂成员，职业生涯保持着30多场世界冠军级比赛不败的惊人纪录。大约十年前，米歇尔在上海昌化路创立了Aboro品牌的第一家拳馆。

Aboro的核心价值在于极致的专业性。米歇尔至今仍在一線教学，这是X-Sigma选择与其合作的重要标准——创始人对产品的深度参与和打磨至关重要。Aboro的教练团队同样秉承这一理念：拳击教练均为各级别赛事冠军获得者，健身教练也在各自领域拥有深厚造诣。

## X-Sigma赋能ABORO实现规模化与数字化

X-Sigma的定位是赋能优秀品牌实现规模化增长，我们团队的核心能力在于运营、营销和连锁体系搭建。我们看到了Aboro优质产品与X-Sigma规模化运营能力的互补性，双方的合作水到渠成。

自2023年合作以来，我们主要在以下方面为Aboro注入新动力：

**战略扩张：**接手后，我们迅速启动了门店扩张计划。继昌化路首店后，第二家门店

已成功落地上海新天地核心商圈。选址高端商圈，旨在更好地服务其核心客群——都市白领。

**运营体系标准化：**我们将X-Sigma在人员招募、教练培训、选址模型、新店开发流程以及装修标准化等方面的经验与技能包，系统地输出给Aboro团队。这为后续的快速、高质量复制奠定了基础。

**数字化深度改造：**这是合作带来的最显著变革之一。Aboro过去依赖相对基础的SaaS工具进行管理。为了实现精细化运营和支撑未来多店乃至跨区域管理，我们携手伯俊科技，共同为Aboro开发了一套高度定制化的运营管理系统。

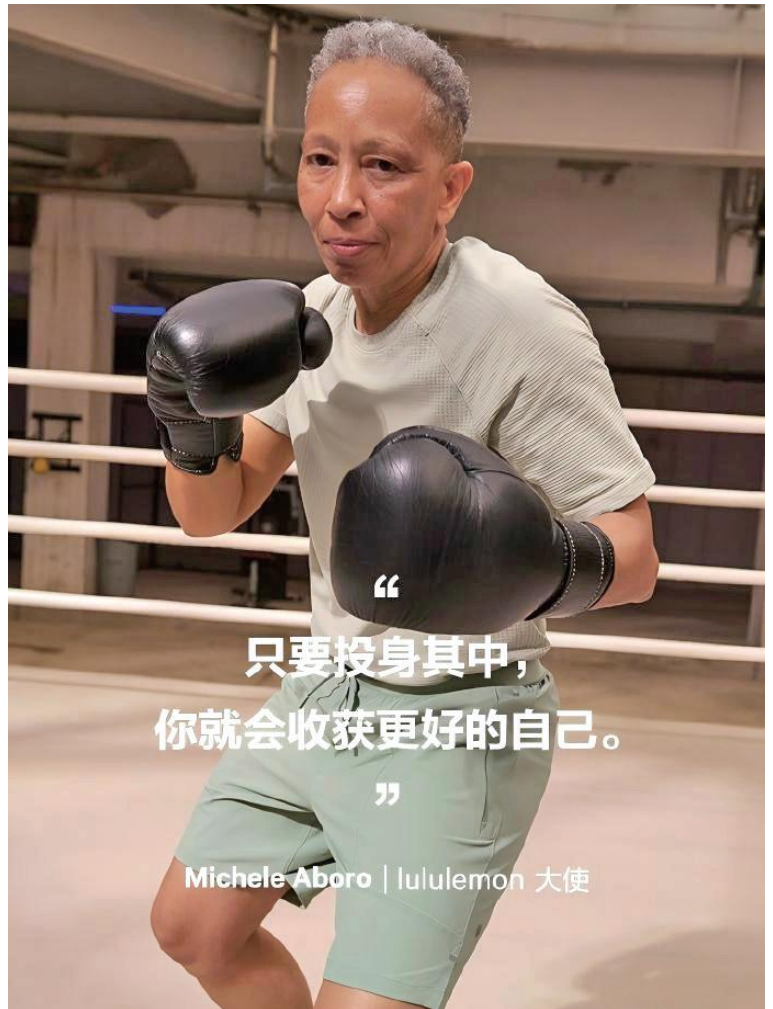
## 数字化成为运营提效与体验升级的双引擎

与伯俊科技合作开发的这套数字化平台，是Aboro未来发展的核心基础设施。其价值体现在内部管理和会员服务的双向提升：

**数据驱动的内部管理：**系统实现了全流程数据的透明化与可视化。约课状态、上课记录、会员卡购买与销课情况、课程偏好等核心数据一目了然。这彻底改变了以往依赖员工个人经验或记忆的粗放管理模式。

**精细化运营决策：**运营团队可以基于实时数据，进行精准决策。例如，识别新会员并及时推送课程提醒（强调守时、带装备等关键信息）、针对参与特殊项目（如“AKO”训练营）的会员进行定向沟通、根据课程受欢迎度优化排课等。

**无缝的会员体验：**对会员而言，一切服



扫码关注ABORO拳馆



务都整合在小程序平台：浏览课程、购买会员卡、预约课程、接收个性化提醒（如带护具、缠手带）、查看营销活动等，实现了真正的“一站式”闭环体验。这种便捷性对于时间宝贵的白领用户尤为重要。

这套系统不仅是管理工具，更是Aboro未来实现多店乃至更大规模连锁运营的数字化基石。它确保了在规模扩张的同时，服务标准和运营效率能够得到有效管控和持续提升。

### 产品力：聚焦拳击的精品模式与粘性构建

我们坚定看好“精品店”模式在健身领域的未来。Aboro专注于拳击及关联运动（如拳击健身），区别于传统大型综合健身房。这种模式课程内容集中、特色鲜明、教练专业度高，能提供更沉浸和高效的训练体验。团课与私教课相结合，满足不同学员的需求。团课保证效率与氛围，私教则

提供个性化深度指导。

Aboro的会员男女比例接近55:45，反映出拳击运动对都市白领，尤其是女性群体的强大吸引力。专业且富有魅力的教练团队是维系会员粘性的关键。而数字化平台则让这种粘性管理更加系统化。通过追踪会员的课程偏好、参与频率等数据，运营团队能够提供更具个性化、更贴心的服务，及时响应需求，提升归属感。

Aboro设计了科学、有趣且富有挑战的进阶体系。一开始，零基础学员从“基础入门”课程开始，学习拳击基本动作和反应力。然后，进入“技术提升”阶段，学习闪躲、反击等技巧，课程趣味性和技术性增强。之后，通过“专项体能”课程（如力量、心肺、敏捷性等训练）来提升服务于拳击的专项能力。最后，在“实战训练”中，学员在教练指导下进行配对实战，应用所学技术。

最具特色的是为期12周、每周训练6天的“AKO”训练营。营员在教练系统指导下训练，最终将登上真正的拳台，

参加“A-Fight”白领拳击赛。该赛事组织专业(包括体重分级、配对、场地搭建、售票),氛围热烈,成为会员实现自我挑战和品牌推广的嘉年华。这种从入门到“上台”的完整路径,极大地增强了会员的参与感和忠诚度。



## 精品健身的崛起与理性创业

疫情后,健身行业格局发生显著变化。传统大型连锁健身房面临挑战,而像Aboro这样的垂直、精品模式展现出活力。我们认为核心原因在于更健康的财务模型与更聚焦的用户体验。对于有意进入健身行业创业的朋友,基于我们的经验,建议:

**精准定位与匹配:** 清晰定义目标客群,确保你的产品/服务与选址周边人群需求高度匹配。

**理性看待单店盈利:** 单店盈利空间有限,零售本质如此。梦想靠一家店赚大钱不现实。规模化连锁是提升整体回报的关键,但这需要专业的运营、数字化、营销、融资等综合能力。

**借力成熟体系:** 对于资源或经验有限的创业者,考虑加盟成熟品牌或采用类似X-Sigma提供的“单店投资”模式,是更稳妥的选择。投资者投入资金成为单店股东,分享该店营收,同时由专业团队负责日常运营管理,降低了自行摸索和试错的风险与成本。数字化系统等基础设施的投入也由品牌方承担。

**重视数字化与运营:** 现代消费者对数字化服务体验期望很高。自建系统成本高昂,选择可靠的数字化合作伙伴或成熟的SaaS工具是必要的,但需平衡个性化体验与成本。精细化运营能力是长期竞争力的核心。





# 从销冠到教练， AI智慧工牌如何让 导购业绩“开口说话”？

文 / 纪振宇 (伯俊科技零售运营副总裁)

许多实体零售品牌的经营者都面临过这样的困惑：在相似的品牌认可度和商圈环境下，为何门店业绩差异显著？答案往往指向最关键的一环——导购。每个品牌都期待复制Top Sales（销冠）的成功基因，却苦于难以系统性地捕捉和分析精英导购一线实战中的核心能力。

线上世界早已通过分析客服对话数据来优化话术、提升转化；然而，线下实体店仍高度依赖导购的个人经验和瞬间判断。如何将数据驱动的力量注入现场交易，破解这一“门店困局”？AI为我们打开了突破口。

## AI解锁门店销售潜能

设想一下：能否运用AI技术，将销冠们无形的销售魔法拆解、提炼，转化为可赋能他人的标准动作？这便是AI智慧工牌的起点——让沉默的数据发声，让宝贵的经验可复制、可传授。

门店是高频交流的场所，导购与顾客的每一次互动都是潜在的成功样本。我们的目标，是从海量对话中精准淘金，提炼出真正奏效的“金牌话术”。挑战在于：一个导购日接待顾客十余人次，最终成交仅三四单。如何迅速定位“临门一脚”的关键对话？

伯俊的解决方案是将AI智慧工牌与ERP系统深度集成，精确匹配销售记录与每笔成交发生的对话时间点。锁定这些关键交流后，分析便有了精准靶心：哪些话术击中了顾客？商品以什么价格成交？是哪位VIP用户买单？融合语料、人群特征、商品特性和导购思路等多元信息，辅以AI深度分析，商家便能高效提炼出可验证、可推广的金牌话术，并持续沉淀企业最需要的常问问题与最佳应答。

## 实战案例锻造销售真经

传统的Top Sales经验分享常常停留在“练货”模

拟层面，缺乏真实案例支撑。AI智慧工牌直接从真实、成功的对话中获取成果，所得话术不仅精准，也具备更高的说服力。不止于此，系统还能基于这些成功案例，为导购量身定制模拟训练场景，并由AI即时评分，提供具体改进建议。

更重要的是，销售的艺术不仅在于“说什么”，更关乎“怎么说”。同样的话，不同的语调、语速，效果可能天壤之别。AI智慧工牌记录下的一手语料，直接还原销冠的原声原调，让学习变得直观生动。

### 顾客对话：经营决策的黄金矿脉

AI智慧工牌的价值远不止于销售前线。深度挖掘顾客对话，能洞察宝贵的经营信息。

例如，高频出现的问题“这件面料怎么样？”或“尺码偏大偏小吗？”，正是对产品研发团队极具价值的一手市场反馈。

再如，“连带率”的提升，背后是商品本身搭配巧妙带来的自然销售，还是导购强有力的主动推荐？AI分析能精准甄别根源，为后续的商品组合策略或导购激励政策提供有力的数据支撑，告别拍脑袋决策。

更具前瞻性的是，基于验证有效的金牌话术，AI还能快速生成适配小红书、抖音等平台的爆款文案，无缝衔接营销阵地。

### 智能质检：服务标准的无声守护者

确保一线服务标准的落地执行一直是门店管理的难点。传统依赖“神秘顾客”抽检的方式，效率低、覆盖面窄。如今，借助AI智慧工牌，顾客进店的“欢迎光临”、离店时的“欢迎下次光临”，乃至收银环节的商品推荐或企业微信引导，所有标准用语都可在销售现场被实时、无感地监测与质检。这为管理者提供了客观、全面的服务质量监控维度。

智能质检的价值在如宠物店等专业服务领域体现

得尤为明显。服务顾问需与顾客细致沟通宠物饮食、习惯乃至病史，传统的信息录入依赖事后的回忆，时效性和准确性堪忧。AI智慧工牌实时记录对话，AI精准转写成文字，既能提炼优秀服务话术，更能结构化提取关键信息同步录入系统，一举两得。

### 精巧工牌：赋能网络的实体化身

实现上述愿景的背后，是伯俊自主研发的AI智慧工牌。它设计精巧，佩戴如普通工牌般轻便，也可置于口袋内。核心优势在于超长待机与高效的录音转写能力——平均5分钟内即可完成高质量的文字转换，并自动对接伯俊后台系统，便于深度复盘分析。隐私保护方面，采用端到端加密技术，数据安全合规，严格保障用户隐私。

这枚小小工牌所汇聚的海量语音数据，支撑了我们强大的AI分析引擎。它能智能解剖每一段有价值的录音，精准提取关键情报：导购介绍了哪些商品卖点？顾客抛出了哪些典型疑问？导购如何巧妙解答？通过持续的深度学习，AI机器人逐步构建并精炼品牌的专属销售知识图谱。最终，这个智能体将以“金牌问答机器人”的形式亮相。当导购针对某件商品需要销售建议时，机器人能从积累的知识库中快速提取最佳成交路径、适配话术与核心卖点，为导购提供实时的智能化辅助。简而言之，我们将日常导购的交易智慧浓缩进AI，实现了销售效率与导购能力的双重提升。

展望未来，我们的目标是将这套在实体店验证成功的智能系统，拓展至私域线上场景。面对线上商城普遍缺乏专业导购服务的短板，我们将融合“最会卖货”的AI模型、数字人形象、AI视频与智能会话技术，在私域阵地中打造一位24小时在线的智能导购。它不仅能提供穿搭建议，更能进行深度、专业的导购咨询。

从销冠到教练，再到无处不在的智能助手，AI让优秀的业绩经验真正“开口说话”，开启零售赋能的新纪元。

### 客流骤减

电商分流，商场分流，同类品牌竞争促使门店客流骤减1/3

### 人力消耗

招人难、能力强的管不住、留不住、互相挖墙角，人力成本上升

### 管理黑盒

总部无法有效监督门店经营过程&导购销售过程看到的都是滞后的惨淡结果数据

## 经营门店生意的你，是否也处于这样的困境

### 极度依赖个人能力

金牌销售的成交技巧无法复制，其他人成交全靠运气，成了这一单，不知道下一单在哪

### 培训低效

货品上新快，人员流动大，地域广。一线培训耗时费力效果甚微

### 业绩低迷

店长顶不住压力辞职了  
门店营业额日益消减

引发我们共同的思考：不破局，就出局！

## AI智慧工牌：

## 帮助企业沉淀最佳卖货话术

- 通过记录导购与顾客的交流过程，商家可以感知最真实完整的销售现场情况，包括优秀导购的优质话术、顾客问题、评价等信息
- 结合伯俊系统的数据算法与语音数据进行匹配，精准获取成功交易的现场语音数据
- 结合AI语音转换与信息提炼能力获得商品销售最佳实践，不断成为商家销售AI模型训练的核心语料，打造商家最强销售AI模型

## AI智慧工牌创新场景探索

### ——最会卖货的AI模型

销售  
现场

+

商品  
销售  
明细

+

AI

=

商家销售  
AI模型

- 导购对话语音
- 顾客交流语音

- 商品成交记录
- 购买人群画像

- AI语音转换
- 对话角色识别
- 对话内容提炼
- 成功话术存取

- 商品成交最佳卖点话术
- 顾客常见问题解答与策略

## 以鞋服为例



# AI智慧工牌：新人也能秒变“柜哥、柜姐”

### 实战场景1 >>>

一位顾客摸了摸柜上一双老爹鞋，导购立刻说，这双鞋的材质是“发泡橡胶底”。她利落简洁地将这种鞋材如何轻便、抓地、不累脚的优势介绍给顾客，着重强调采用这种材质**“能弥补过去老爹鞋的笨重”**。

这席话让导购**成功打消顾客的顾虑，顾客点点头买了单**。而不是只能说“好看、舒服”这些套路话。

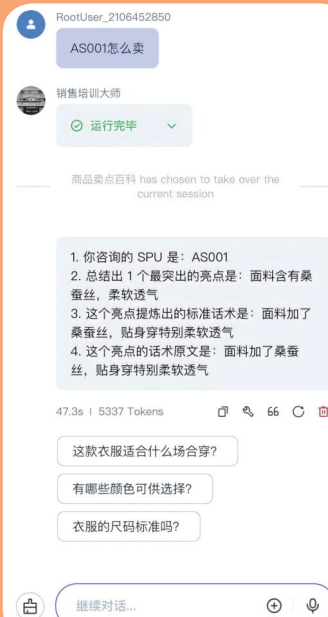
### 实战场景2 >>>

一位顾客进店后被刚换新的polo衫舒适的手感吸引。试穿后，翻看到吊牌上489的价格，感到不值。

导购：“这是今年最流行的科技面料，呈珠质地”。再结合透气性强、干爽不粘肤的功效，有型不紧绷的搭配思路依次描述，**最后补充了一句“夏天穿，汗水能给瞬间吸走。”**

听完导购推荐，顾客对面料品质有所心动，此时导购**立刻建议顾客办理免费会员，可再打9折。这单顺利成交。**

### AI模型训练+智能问答





# ROOKIE用全渠道与智能化实践，打破童装行业壁垒

文 / 蒋华青 (永兴东润CIO)

永兴东润，作为专注0-14岁儿童服饰设计与销售的企业，旗下最知名的零售品牌是ROOKIE。永兴东润近年来在信息化建设道路上的探索与成效，特别是在拥抱全渠道和智能化方面的核心实践，为企业的可持续发展带来了巨大价值。

## 成熟系统打下全渠道根基

得益于伯俊系统良好的开放性与可定制性，我们进行了一系列深度开发与创新，例如，基于此平台我们自主研发了智能调配货系统、智能价格控制系统以及智能快反体系等创新应用，解决了四个关键业务痛点：

终结“缺色少码”订单流失。过去，顾客因商品缺色断码而放弃订单的情况时有发生。全渠道模式下，系统实现了库存全域共享与可视。当A店缺货时，导购可通过系统实时查询有货的B店或仓库，实现跨店/仓开单，直接挽回了宝贵的销售机会。这对SKU繁多但单款库存深度有限的童装行业尤为重要。

赋能终端，提升商品曝光。童装SKU庞杂、单品深度不足是普遍现象。如何让终端店铺有效陈列并充分曝光每款商品，成为巨大挑战。系统提供了强大的数据支持和陈列管理工具，结合智能调配货的建议，帮助门店更精准地组合商

品，优化展示，显著提升了商品的“露脸”机会和转化潜力。

优化高频次调拨流程。在传统零售运营中，店铺间频繁的货品调拨如同家常便饭，平均每周甚至每两周就需要进行一次，耗费大量人力和时间成本。系统极大地简化和自动化了这一繁琐流程，智能调配货系统更是将规则前置，显著提升了调拨效率和准确性。

最大化库存资源利用效率。系统打破了渠道间、区域间、门店间的库存壁垒，将“沉睡”的库存资源激活，实现“一盘货”管理。订单可基于全局最优原则进行履约，大幅提升了库存周转率和整体运营效率。

在实践过程中，我们密切关注两个核心运营指标。拆单率：得益于仓库货品相对齐全和智能化调度，我们的拆单率多年来一直控制在非常低的水平。拒单率：令人满意的是，我们的拒单率稳定在每1万单中约3单。

## 从调配货、控价到快速反应，实现智能化进阶

传统模式中，每个分公司或区域往往需要配备多名专业买手进行货品调配。这不仅成本高昂，且调配质量依赖于个人经验，水平参差。更关键的是，像ROOKIE这类多品牌集合店，调配货复杂度极高，需同时兼顾不同品牌的销售占比、鞋服配的品类结构、年龄段分布以及性别比例等多维因素，



人工决策的难度和风险巨大。

为此，我们于2023年初推出了智能调配货系统。基于我们预设的、覆盖全年52周业务节奏的多维度规则引擎，如品牌权重、品类组合、销售预测、库存水位、历史表现、活动规划等，系统能自动化生成调配建议，大幅减少人为干预。对于特定的、计划外的活动（如店铺周年庆），系统支持单独申请与审批。该系统上线后，不仅显著降低了人力成本，更提升了调配决策的科学性、及时性和准确性。

配合货品调配，价格管理同样关键。在智能调配货体系内，我们集成了智能价格控制模块。其核心价值在于提供实时的调价影响分析。例如，当业务人员提出降价申请时，系统能够自动计算并播报（如“机器人播报”）本次调价可能带来的浮亏、对整体折扣率的影响等关键指标，辅助管理者进行风险可控的精准决策。

实现高效的“快速反应”能力，是现代服装企业的核心竞争力，尤其对于时尚变化快、销售周期短的童装。我们将选品分析、审批流程、生产任务下达及后续业绩追踪等环节集成打通，形成了一个高效的智能快反 workflow。2023年下半年，我们选择电商渠道作为智能快反的试点平台，结果令人欣喜。系统在提升商品周转效率、优化库存结构、保障畅销品供应方面表现突出。更直接的价值体现在该渠道的销售毛利获得了有效优化，电商销售占比在当期达到了11.7%。这一成

绩充分证明了智能快反机制的可行性与巨大的潜力。

## 从流程到数据再到智慧运营

作为CIO，我始终在思考IT部门在企业中的核心价值。尽管不同企业的治理模式各异，但IT的价值已从基础支撑走向战略驱动。我将此演进划分为三个时代：

**IT时代：**构建基石，打通经脉。这是信息化的起点，核心是利用专业技术并整合优质合作伙伴资源，快速搭建企业信息化的基础设施平台。此阶段的价值主要体现在流程标准化、信息透明化、打破数据孤岛上。需要投入，并需克服变革阻力。

**DT时代：**数据赋能，洞见驱动。当基础平台成熟后，价值重心转移到如何让沉淀的数据产生价值。此时，IT需要面向业务，提供强大的数据支撑和可视化能力。关键在于设计科学的指标体系，并将其融入运营流程。

**OT时代：**数据资产变现与管理智慧化。这是更前瞻的阶段，核心在于数据的深度应用驱动智能决策与业绩增长。我们正在向这个方向努力，例如利用门店精准客流分析数据指导新店选址、老店优化布局、动线设计，从而改善“人场货”中的“场”；基于实时的零售陈列反馈数据，进行商品精选，制定更有效的促销组合，提升商品转化率。

# 为POS插上AI的羽翼： 解锁高效、自助、智能的门店运营新范式

文 / 怀阳 (伯俊科技门店终端产品负责人)



近30年沉淀, 从“互联网+”到“AI+”,  
没有POS的时代, 只有时代的POS

伯俊科技深耕线下门店POS服务领域近30年, 对门店销售、店务、管理的核心环节积累了深厚的实践经验。面对席卷而来的AI浪潮, 我们深信这正是推动门店效率与体验跃升的关键契机。当下, 我们正在深入思考并规划结合AI能力, 深度赋能门店的具体作业, 力求以更高效、自助、智能的方式助力客户成功。

## 场景一： 量贩式购物

传统的导购接待模式并非总能高效打动所有消费者。AI辅助的量贩式购物体验, 消费者可通过简单的“碰一碰”或“扫码”操作, 即时获取商品价格、促销信息及AI生成的搭配建议与推荐话术, 消费者自助模式下也能获得极致的购物体验。同时结合我们的“大麦购物车”能力, 顾客随时将心仪商品在线加购, 实现离店后的无缝交易闭环(提供简单、直接的交易通道)。这在客流高峰期不仅分担了导购的接待压力, 也大幅提升了偏好自助购物顾客

的服务体验，尤其适合在大型、高客流门店环境中落地，不论在店、离店，牢牢抓住每一个“销售机会”。

### 场景二：

#### 存档(摹刻)晨会时光

每日晨会是门店业务复盘、任务部署的关键环节，但这些宝贵的现场过程往往难以有效沉淀和复用。大麦(移动POS)会议助手，旨在运用语音转写技术精准捕捉会议内容，并通过语言模型进行结构化整理与智能摘要，生成清晰、可追溯的会议纪要。这些内容不仅便于区域经理远程了解门店执行力，更将汇聚成门店知识库，为后续的培训复盘和经验传承提供鲜活素材。大麦(移动POS)在此扮演的角色，是对门店运营的忠实“记录者”与高效“归纳者”。

### 场景三：

#### “语音驱动”的交互革新

复杂作业往往会触及多个业务流，这意味着页面交互的链路和复杂度会变高。语音驱动系统作业，让店员通过自然语言(普通话)指令快速操作系统——无论是下达“创建一个调拨单”这样的操作指令，还是询问“今天门店业绩怎么样”这样的开放性问题，系统都能超长待机、快速响应。它能即刻唤起至对应操作页面，或者基于经营数据生成AI Chart，大麦(移动POS)不再是一个单纯的“工具(Tool)”，而是一个随时待命的助手(Assistant)。

### 场景四：

#### AI·POS——门店运营的“第二大脑”

现有“店长导航”数据看板，内置了若干运营指标(Metrics)，但在指标灵活性、可视化呈现与决策支持深度

上仍有巨大提升空间。“店长导航”应该是门店运营的第二大脑，而不是一页“制式”的模板：

①**自定义指标洞察**：允许品牌根据自身策略，灵活组合销售额、会员行为、促销效能等数据维度，通过基本运算构建个性化监控指标，并设定“健康线”自动预警异常风险。

②**AI辅助决策建议**：当指标发生异动时，系统将不再仅仅报警，而是能自动分析历史数据和沉淀知识(如晨会记录、话术库)，初步诊断原因并给出可操作性建议(如“会员消费低迷，建议检查促销触达或优化陈列”)。

③**算力优化体验**：结合本地设备小模型提升响应速度，减轻系统负担，将“店长导航”从静态看板升级为真正赋能一线决策的智能引擎。

#### 用AI增强人，连接未来

我们探索AI在门店场景的落地应用，无论是打造极致的自助购物体验、沉淀宝贵的门店经验、革新一线的操作方式，还是为管理决策注入智能洞察，最终都指向一个核心——如何以更轻量化、更实时、更贴近业务现场的方式，让先进技术无缝融入门店日常运营，真正解决痛点、释放价值。



了解更多案例

# Kappa: 挖掘会员增长新动能

文 / 张大树 (Kappa 增长运营高级经理)

Kappa2020年开始做私域，目前已经积累了100多万的企微好友会员。和大多鞋服品牌一样，Kappa也是以线下门店为经营重心，重导购运营，导购在店服务顾客的经验多。

而线上运营缺乏经验：导购不知道如何把现在的流量做更好的变现，缺少更好触达顾客的内容，除此之外，门店导购对线上临门一脚的成交，权限很小，掌握的资源不够。面临的这几个问题，归根结底是希望能够提升线上运营效率，让所有导购能够在更快地适应线上顾客的消费习惯。

## 切换会员系统，解决离店交易

Kappa现在采用一区域一网店模式，方便每个区域有独立的运营权限，便于整体的差异化落地，也便于区域做试点。比如，有些门店会遇到商场限制，这时网店里就只会做会员增长和会员权益露出，不做线上销售，这样既满足我们做私域会员运营的需求，又避开了商场限制的问题。

2024年10月，我们正式启用消费者运营解决方案，并实现了门店零售ERP的深度打通，真正做到了“六通”，会员通、门店通、积分通、商品通、订单通、活动通。

## 百日百店百万PK，打标杆

2024年11-12月，我们快速找了5家标杆店铺，围绕销售线索和导购执行率两个指标进行项目落地。主要希望能够培



养导购使用习惯，跟进销售线索，观察导购的销售情况和老客回店情况。

12月份，同步开始了“百日百店百万PK赛”。其中，线上导购大赛是希望能够培养导购在线上引导离店顾客成交，培养线上用户使用习惯；导购穿搭素材是希望能够调整合最了解Kappa用户、最了解Kappa产品的导购，回馈一些素材资源；持续收集店铺会员回购的优秀案例。最终，我们把会员复购提升纳入全员目标，并紧盯导购任务执行、高分销售线索跟进两个核心事项。

这些动作之后，2024年11月会员留存率提升了3.6%，较去年同比提升20%。其中标杆店铺杭州运河广场店，整体留存率提升了68%。

## 会员运营如何落地到一线？

我们分解成了6个步骤：

①加微建档。通过会员权益开发会员、开发用户愿意去



注册的权益，每一个网店都可以单独设置独立权益。

②**基础维护**。总部设置导购任务，主要以朋友圈为主，导购执行率特别高，其中两家店铺是100%，其他门店的在92%~97%之间。其次是，朋友圈内容，总部内容运营角色，专门搜集整理各个渠道素材，放入有赞智能导购素材库里。我们还使用了有赞智能导购的AI朋友圈，它会根据商城的整体成交情况给导购做推荐，导购收到任务之后，会自发的去发朋友圈做客户提醒。还设置了大单通报环节，起到激励导购的作用。除了分享素材，也会分享商品，以确保顾客对于品牌、商品双重熟悉度。

③**互动邀约**+④**跟进到店**。销售线索和导购任务是有前后关联的，我们认为，发朋友圈是捕捉销售线索中特别重要的前置一环，只有导购发了朋友圈，顾客才会有浏览动作。导购可以根据顾客的浏览动作，捕捉顾客的偏好，系统也可以给出反馈，提示哪些线索是值得追踪的，帮助导购做对应的跟进。

我们在双十一期间做了活动提醒，引导顾客回店。主要

做预告，目的不是希望为了线上成交，而是是希望能够观察一下谁对这个线索感兴趣，连续三天去增加线索量。在活动前一天做了专门营销触达计划，提醒顾客优惠券到期，和销售节点中的动作配合。

⑤**复购追单**。通过3315的运营动作，跟顾客破冰，不断地跟顾客产生关联，让顾客复购。在顾客购买的第30分钟，3天、15天会跟顾客对应的不同关怀或者权益。在30分钟的时候，会恭喜顾客获得好物；第3天时，会发给顾客购买的商品的养护小贴士；第15天时，会提醒顾客有哪些权益。通过跟顾客互动，使顾客产生复购。

⑥**档案更新**。有赞特别好的一个功能是可以看到顾客的档案信息，因为我们已经打通了线上线下顾客所有订单，只要是这个顾客的专属导购，就能够看到档案信息。通过工具做标签划分，帮助导购做更多定制化的动作。

Kappa希望能够构建以导购为中心的私域运营模型，不断地进化数字化工具，精确有效地传播内容，赋能导购，推进会员回店成交，终端的生意有新的增长。

# 国际品牌集体换装中国“芯”， 中国POS迎来黄金时代

文 / 马甜 (伯俊科技咨询总监)



近年来，一个不容忽视的趋势在中国零售市场悄然成型：众多国际品牌纷纷放弃长期合作的海外POS供应商，转而选择中国本土解决方案。深耕零售行业二十余年的伯俊科技，在最近的一两年内，已成功助力哥伦比亚、UGG、Hoka、Lee、亚瑟士、MLB、PVH、Clarks、Helly Hansen、UNDEFEATED等知名集团和品牌完成POS系统的本土化切换。这一现象绝非偶然，其背后折射出中国市场独特生态对零售基础设施提出的全新要求，以及中国科技企业的硬实力崛起。

## 海外系统的沉重枷锁

国际品牌首先感受到的，是原有海外POS系统带来的高昂综合成本。每年支付的高额软件许可与维护费用，持续侵蚀品牌利润空间。更深的痛点在于响应迟滞。系统运维往往依赖遥远的海外团队（如印度），时差与语言障碍使得日常问题响应异常缓慢。当中国门店急需支持时，漫长的等待常让一线运营陷入被动。尤其令人无奈的是创新停滞。系统更新缓慢，难以匹配中国瞬息万变的业务需求。高昂的成本叠加低效的服务与创新缺失，促使品牌寻求更优解。

## 海外系统难解本土复杂棋局

中国零售市场的精细化运营要求，已远超传统海外POS系统的承载极限。我们观察到，海外系统在应对O2O全渠道融合、离店销售场景拓展、复杂多变的会员与促销策略（如多层满减、积分组合玩法）时，往往力不从心。当品牌希望接入本地生活平台、建立异业联盟、高效核销政府消费券或



了解更多案例

抖音团购券时，这些系统更是捉襟见肘。中国市场需要的是能随需而变、敏捷响应的运营引擎，这正是本土POS的强项所在。

## 性能瓶颈与硬件适配难题

在技术底层，海外POS系统在中国市场也暴露了明显短板，性能瓶颈在大型促销或会员日高并发场景下尤为突出。更关键的是对本地主流硬件设备的支持不足。为了方便顾客核对信息而被广泛采用的双面屏，以及各类自助收银终端等设备，海外系统常无法有效驱动或集成，迫使品牌额外投入进行繁琐对接。伯俊科技为国际品牌部署的智能收银方案，深度适配主流双面屏及自助设备，显著提升了门店效率与顾客体验。

## 全面支持本土生态的刚性需求

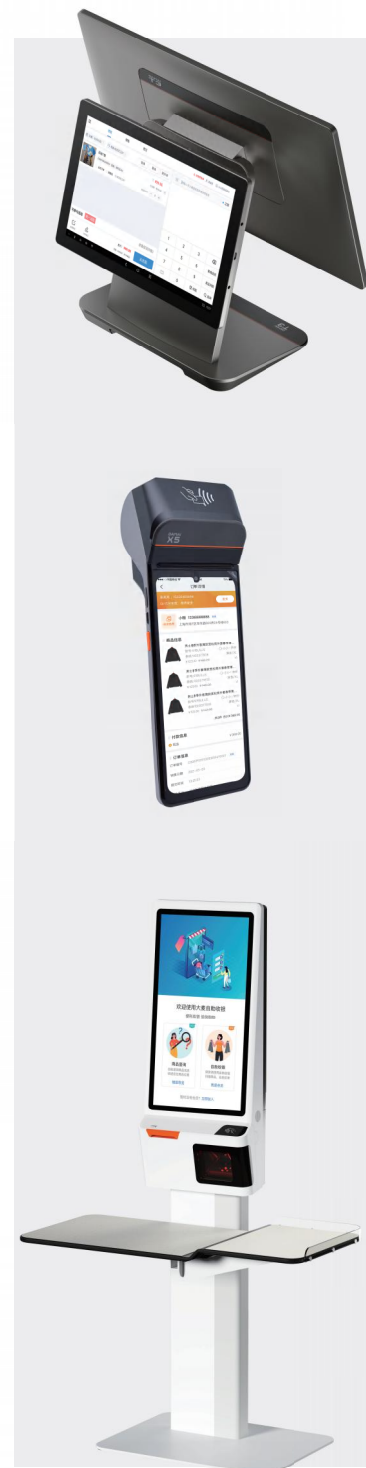
中国零售中无缝、多元的支付体验也成为许多海外POS的软肋。它们往往无法高效接入中国消费者习以为常且品牌必须支持的支付渠道，无论是汇付天下、收钱吧这类聚合支付服务商，还是覆盖广泛的银联体系等。很多国际品牌在切换系统前，就曾因无法灵活支持部分区域性主流支付工具而错失销售机会。支付作为交易的“最后一公里”，其本地化支持能力是国际品牌扎根中国市场的必备条件。

## 灵活性与自主权

国际品牌在中国市场的成功，离不开对本地需求的快速响应与灵活调整。然而，依赖海外核心系统常意味着“自主权”的让渡。任何针对中国市场的二次开发需求、哪怕是小功能的优化，都需提交遥远的国际总部审批。冗长的流程让商机在等待中流逝。品牌在切换系统前，一个适应中国节日的小型促销模块上线，常常需要经历数月的跨国评审，这种效率损耗是品牌难以承受之重。本土POS系统赋予品牌对技术平台的直接掌控力，使敏捷创新成为可能。

## 中国“芯”驱动国际品牌本地化新引擎

中国市场复杂多变却活力无限。中国本土POS系统提供商凭借对市场的深度理解、敏捷的响应速度、强大的技术创新与生态整合能力，正赢得国际品牌的广泛信任。这一“换芯”潮流的持续深化，预示着国际品牌将更灵活、更高效、更贴近中国消费者。中国POS系统，正成为国际品牌深耕本土市场的战略基础设施。



# 朱雀全渠道中台

1000家门店 . 100个平台

您的零售生意是否也在经历以下问题

**系统繁多**

阻碍企业运营

**业务割裂**

影响业绩增长

**库存分散**

错失商机.压垮企业

**会员分离**

难留存.易流失

**营销断层**

无法联动销售

**数据孤岛**

无法掌控业务

应用于上千家企业 . 解决数百个业务难题



# 与品牌携手腾飞

一套系统 . 一盘货

一套系统解决零售企业所有业务难题

电商

门店

全渠道

分销

## 朱雀全渠道中台

微服务中台架构产品

用一套库存做生意

用一套数据做分析

用一套体系做运营

企业决策一体成型

# 1

作为业务中台

- 告别高造价
- 告别长耗时
- 告别低成效

# 2

作为一体化产品

- 即开即用
- 模块灵活
- 共享迭代

# 3

交付运维更省心

- 上线更快速
- 业务更适配
- 运维更轻松

## 覆盖数十个行业领域 . 促进更多品牌业绩增长

### 企业战略

线上线下一体化战略 集团多品牌统一数字化运营战略 直营 & 经销 & 联营一体化战略  
品牌DTC转型战略 BC一体化战略 外资品牌本土化战略 品牌出海全球化战略 更多...

### 电商业务

双11/618大促销 国补优惠分摊  
抖音电商方案 主播分润体系 更多...

### 门店业务

门店数字化升级 云买单新场景  
缺货销售 云橱窗 智能导购 更多...

### 全渠道业务

全渠道一盘货 多主体&多货盘  
本地生活+门店 智能配补调 更多...

### B2B业务

经销商一体化管控 经销商赋能方案  
供应链金融 联营分账一体化 更多...



欢迎扫码咨询



# 斯凯奇以“单闭环”与“一盘货”驱动业务高效增长

文 / 李峰 (斯凯奇IT高级总监)

斯凯奇 (SKECHERS) 源自美国, 位列全球鞋履品牌第三位。产品以“舒适科技”为核心, 足迹遍布全球180多个国家和地区, 年销售商品超过2亿件。斯凯奇自2008年进入中国市场, 在中国的年销售件数已突破5000万件, 年零售额接近300亿人民币, 线下门店数量超过3000家。

作为全球领先的舒适科技公司, 斯凯奇始终致力于通过技术创新赋能业务。斯凯奇在电商订单“单闭环”全链路管理和“全渠道一盘货”库存管理方面的实践, 不仅显著提升了运营效率, 降低了成本, 也为斯凯奇赢得了业界的广泛认可。凭借“全渠道一盘货”项目, 斯凯奇于2024年荣获了中国数字化转型领域的权威奖项“鼎革奖”, 被评为“运营转型典范”。

## 构建“单闭环”全链路管理体系

传统的电商流程涉及平台订单支付、寻源仓库发货、财务对账等众多环节, 跨越多个系统、平台、渠道, 单据种类繁多、状态复杂。在业务体量较小时, 尚可人工应对; 但当日均订单量攀升至数十万乃至百万级别时 (例如双十一高峰期间, 斯凯奇曾面临一小时处理百万订单的压力), 传统模式就显得力不从心: 单据流转缓慢、售后响应滞后、大促时系统承压能力不足、海量单据对账效率低下、问题定位困难且解决周期长。

为解决这些问题, 斯凯奇创新性地提出了“单闭环”全链路管理理念。核心在于, 以全球唯一的订单标识贯穿整个业务生命周期, 从消费者下单支付开始, 到最终财务对账结

束, 实现全链路的数据打通与流程闭环。围绕核心业务节点构建严格的风险控制机制与实时预警系统, 特别是在价格体系管控、财务风控和关键履约环节, 确保每一步操作都在系统的监控与保障之下。

基于此闭环管理框架, 斯凯奇在大数据平台之上, 成功搭建了自动化对账平台, 大促支持能力实现质的飞跃。以双十一为例, 面对一小时百万级的订单洪峰, 从订单接收、流转到仓库发货, 全程顺畅无阻, 流转效率大幅提升。在风险管控方面, 系统实现了跨平台、跨业态的精细化价格监控, 有效杜绝了渠道间破价风险; 同时, 将以往依赖客服线下沟通处理的特殊售后场景纳入线上系统化管理流程, 显著降低了人工操作风险与差错率。更重要的是, 依托全链路监控体系, 通过预设的预警规则, 可快速定位问题并通过邮件、信息等方式触达责任人, 将斯凯奇IT的响应与问题解决标准严格控制在30分钟以内。在对账效率上, 成效尤为突出: 过去需耗时三天处理一个月的单据量, 升级后, 即使在双十一单店130万单的峰值压力下, 也只需20分钟即可完成对账。

## 库存革命, 打造“全渠道一盘货”高效协同生态

在供应链管理领域, “全渠道一盘货”是零售企业提升库存效率、满足消费者全渠道购物体验的关键战略。然而, 实现真正的“一盘货”并非易事。在实施全渠道业务中台目前, 斯凯奇曾拥有9个实体物理仓, 还根据不同的业务板块 (如天猫、京东、唯品会等不同电商平台) 建立了大量的虚



拟逻辑仓。逻辑仓数量一度高达1200个！导致了一系列运营难题：分货效率低下，大促期间集货、备货协同困难；新业务拓展或渠道间调拨沟通成本极高；小平台因分得的库存量少而难以成长；最核心的是，所谓的“全渠道”库存共享难以实现，因为订单无法有效调用分散在各处的库存。

针对这些挑战，斯凯奇联合伯俊科技，共同构建了“全渠道一盘货”解决方案，核心策略是“聚”与“分”：

**聚：**打破过去各业务单元自行采买、销售、管理库存的“烟囱式”模式，成立集团级“商品总控”部门，统一管理采买权与库存。此举将逻辑仓从1200个锐减至不足100个（电商板块仅保留20个）。更重要的是，通过系统实现了库存跨物理位置的聚合管理，业务人员无需关心货在哪个具体仓库，只需关注聚合后的“可用库存”。

**分：**库存聚合后，关键在于如何高效、智能地分配。将库存分为两部分：一部分满足特殊需求，如特定店铺的核心款、有推广费用的商品，另一部分则进行全渠道共享。分配过程由精细化的策略控制：按商品生命周期（开季、季中、季末）匹配不同渠道；按特殊场景（如大型直播活动、双十一大促、清货专场）锁定特定SKU库存；设置安全库存规则防止超卖。

## 效率、成本与增长的多维提升

“全渠道一盘货”项目的成功落地为斯凯奇带来了可量化的显著价值：

逻辑仓数量锐减，库存可视化程度极大提高；全流程自动化流转，大幅减少人工操作，效率提升显著；库存共享率从极低水平提升至70%以上，库存周转加快，为未来优化采购计划、降低库存持有成本奠定基础；拆单率大幅降低，提升包裹合并发货比例，预估年节省快递成本约150万元；通过仓储产能平衡管理（订单寻源时匹配有产能的仓库），特别是在大促期间优化资源利用，预估年节省费用超200万元。

此外，库存共享极大拓宽了各渠道可售库存的宽度与深度，释放了原本被低效占用的库存潜力；能快速响应线下补货需求（上线初期效率提升200%）；新业务接入极其敏捷，无需在1200个逻辑仓中寻找和调拨，只需通过商品总控在共享池中快速获取资源，实现“用更少的库存，做更多的生意”。

## 知行合一，笃行致远

“单闭环”与“一盘货”两大核心场景的实践，是斯凯奇在数字化征程中迈出的坚实步伐。这背后离不开我们与合作伙伴伯俊科技的紧密协作与共同努力，历时两年，克服重重挑战，最终成功构建了支撑斯凯奇未来业务发展的数字化新基座。荣获“鼎革奖”是对我们双方团队智慧与付出的最好肯定。我们深知，数字化转型是持续迭代的过程，斯凯奇将继续以数字化驱动更高效、更灵活、更具韧性的业务增长，持续为消费者提供舒适的产品与便捷的购物体验。

# 从填表10分钟到指令10秒， AI云助理解放90%零售人力

文 / 邵永康 (伯俊科技ERP总经理)

在传统企业系统中，不管是ERP、CRM、HR还是POS，操作逻辑基本都是“表单驱动”。填表、点选、提交、等待，几乎成了每个员工日常工作的标配。AI云助理作为一款正在改变零售行业工作方式的工具，核心价值在于能够把原来需要好几步才能完成的流程，浓缩成一句指令，让系统自动去执行。我们的口号是“不要表单，要指令”，通过AI的帮助，彻底改造传统的表单驱动模式，让繁琐的工作变得更加简单。

## 赋能高效决策：

### 动口不动手，数据秒呈现

过去，无论是店长想要查看某天的销售日报，财务团队处理经销商对账，还是仓管员需要查询某个商品库存，都免不了繁琐的登录系统、筛选条件、导出数据的步骤。区域经理若想了解整体经营情况，还得自己动手整理报告。

现在，只需像说话一样下达指令，一切便截然不同。店长一句“生成上海虹桥店2025年6月24日的销售日报”，业绩数据瞬间汇总完成；财务人员发一句“生成上海经销商3月对账单”，系统自动就能调用数据、聚合信息、排版输出为Excel对账单；仓管员只需要发送“TEST-S-BLUE库存查询”，库存数量、在单数量、可配数量等关键信息便一目了然地一次性全部展



了解更多案例

示。区域经理甚至不用再提出要求，系统就能自动识别需求并推送区域销售日报和TOP门店排行。

AI云助理将数据查询从一项耗时的手工操作彻底转变为“动口不动手”的秒级体验，让员工瞬间获得决策所需的关键信息，彻底告别重复的登录、筛选和导出。会员查询、门店收货、异常提醒、离线数据推送等数据场景，同样只需“一言直达”，大幅提升响应速度和决策效率。

### 实现精准管控： 一言指令，全系统联动

涉及跨系统状态变更的操作，曾是企业管理的难点。例如，一位员工离职，HR需要注销账户，财务需要销账处理，各门店需要撤销权限，操作分散易遗漏，协作效率低下且风险较高。商品冻结、促销档口停用等类似的复杂状态调整也同样麻烦。

AI云助理彻底改变了这一局面。现在，HR只需下达一条清晰的指令“停用导购某某”，AI便能驱动后台系统协同作业，一次性高效完成在ERP、OA、HR、考勤等多个系统中的状态更新和权限回收，确保流程完整闭环且不落下任何一项。商品冻结、促销档口停用等复杂操作也变得同样简单高效，“一句生效”即可实现精确控制。

这消除了在多系统间手动切换和重复录入的操作负担，实现了人机之间的高效配合。复杂的管控任务仅需“一言到位”，不仅显著提升了操作效率和准确性，更保障了业务安全性与流程的无缝衔接，让管理动作更精准可靠。

### 重塑客户体验： 张口即办，服务零延迟

面向客户或用户的流程操作，如会员充值、积分补偿等，往往涉及多个步骤和系统，不仅员工操作耗时耗力，客户等待体验也大打折扣。过去，导购可能需要多次点击页面、核对消费记录，并向上级申请才能完成一次调整。

现在，利用AI云助理的语音指令能力，这些流程得到

了革命性的简化。导购只需自然地说一句“为某某会员增加500积分”，系统便会自动执行核对历史记录、同步更新积分以及发送通知给会员的全部操作；同样，只需发送“为113\*\*633会员充值200元”这样的指令，系统就能自动完成余额更新、积分计算和发送短信通知等整个充值流程。

这种“张口即办”的方式，将传统的“被动办理型”服务模式，瞬间升级为“实时响应型”体验，极大地缩短了客户的等待时间。一线员工得以从机械冗长的操作中解脱，将精力专注于与客户沟通和解决问题本身，从而显著提升了服务效率和用户满意度，重塑了客户服务的体验标准。

### 解放员工： 把“不得不做”交给AI

我们真正想解决的，其实很简单：不是打造一个炫酷的AI产品，而是提供一个简单好用的工具。它的目标并非取代人工，而是让员工无需守在电脑前就能完成90%以上的常规业务任务（如流程处理、填表、对账等“不得不做”的动作），从而将他们从重复、繁琐的工作中解放出来。这样，员工便能专注于更具判断力和沟通性、更有价值的工作上（如客户运营、商品分析、策略落地），有更多时间解决店铺中的实际问题，最终换取效率和利润的提升。

### AI云助理的下一代演进

产品背后，我们搭建了统一的接口平台，AI云助理能够接入ERP、CRM、OA等多种系统，实现跨系统数据调取与同步处理。更进一步地，我们也在推进Voice-to-Action和Voice-to-Cooperation的能力建设，比如未来你可以在开车途中说一句“查看全国门店销售趋势”，系统就会自动生成图表并语音播报；又比如可以联通三方系统，调用三方系统的数据，查询异常订单并生成报告。

在未来，随着AI技术的不断进步，AI云助理的功能将会更加智能和全面。我们相信，它会帮助更多的企业在竞争激烈的市场环境中脱颖而出！

# 年轻人为3C狂热买单， 一场理性与感性交织的消费革命

文 / 马甜 (伯俊科技咨询总监)



伯俊科技深耕零售行业服务的数年间，我们见证了3C消费电子领域一场深刻的变革。从影石Insta360凭借全景相机成功登陆资本市场，到大疆无人机几乎成为“空中视角”的代名词；从曾经小众的3D打印机走入创意工作室乃至家庭，到小米最新AI眼镜引发新一轮智能穿戴热议。这些产品背后，一个不容忽视的趋势是：年轻消费者正以前所未有的热情与购买力，推动着3C品类持续扩张与迭代。这股浪潮绝非偶然，其底层逻辑紧密交织着新一代消费者的价值取向与时代环境的深刻变迁。

## 情绪价值驱动的“新刚需”

深入观察市场，我们发现年轻一代的3C消费决策中，“实用性”并非唯一标尺。产品作为“社交货币”的能

力正逐渐显现。影石相机让普通用户一键产出酷炫的运动全景视频，大疆设备助人轻松捕捉震撼航拍视角——这些产品本质上是年轻人打造个人社交形象的工具，是数字时代的“装X神器”。它们完美嵌入社交分享链条，满足了年轻群体对独特身份表达与社群认可的强烈渴望。更值得关注的是，情绪成为关键购买触发器。年轻人往往因某个核心功能（如拍摄独特视角）产生强烈兴趣，愿意为与之配套的整套生态产品买单——“为了一瓶醋，包了一顿饺子”。这种基于瞬时热爱与场景想象的消费行为，显著区别于传统的精打细算。

### 有用，才是真道理

当然，纯粹的情绪驱动难以支撑持久的市场繁荣。这一波3C热潮的坚实基础，在于产品切实解决了生活中的真实痛点，将消费者从繁复劳动中解放。扫地机器人每日自动维持地面清洁，擦窗机器人终结高空擦拭的危险与麻烦，炒菜机器人简化烹饪流程——这些产品名称中的“机器人”标签，清晰指向其核心价值：替代人工，提升效率，创造真正的居家自由。年轻消费者在快节奏生活中，对“省时省力”有着极致追求。他们愿意为能切实解放双手、提升生活品质的智能工具付费，这份务实主义精神，是支撑市场增量的核心支柱。产品的“有用性”从未如此直接地与商业成功挂钩。

### 技术成熟：从实验室炫技到可靠日常伙伴

情绪价值与实用功能要完美落地，离不

开底层技术的强力支撑与成本的有效控制。

近年来，人工智能算法的进步、传感器精度的提升、电池续航能力的优化，以及核心硬件成本的持续下降，共同为创新3C产品的量产与普及提供了基础。大疆能将复杂的飞行稳定技术浓缩至消费级产品并实现极高可靠性，小米AI眼镜能在轻巧形态下集成多种交互功能——这背后是无数技术难关的攻克与供应链的高度成熟。技术已从实验室的炫技，真正转化为稳定、可靠、价格合理的日常工具。

### 谨慎时代下的精准满足

面对经济增速放缓与不确定性增加，消费者普遍收紧“钱袋子”，消费行为更趋谨慎与理性。这种背景下，传统奢侈品或非必要高价消费受到抑制。而许多新兴3C产品，凭借相对可承受的价格区间、明确的实用功能或强大的情绪价值输出，成功承接了这部分转移的消费力。年轻人并非停止了消费，而是将支出转向了他们认为更具“性价比”或更能带来即时满足与长期便利的领域。智能3C产品，以其科技感与改善生活的承诺，成为了这种消费替代效应的受益者。

硬币的另一面，是品牌面临的挑战陡增：产品快速迭代、消费者偏好瞬息万变、线上线下融合的服务需求提升。作为服务于众多领先3C品牌的零售科技伙伴，伯俊科技深刻理解，在技术与消费共振的时代，企业需要更敏捷的数字化系统支撑——从前端精准洞察需求、快速响应市场变化，到后端实现高效协同与供应链优化。唯有如此，品牌才能在理性价值与感性价值的精妙平衡中持续赢得年轻消费者的青睐。



# 瑞尔时尚：卸下商品调拨的重担， 从人工8小时到系统2小时的效率跃迁

文 / 邱德辉 (瑞尔时尚商品总监)



It' REAL (瑞尔时尚)自2012年创立以来，始终致力于为25-40岁注重品质与风格的都市女性提供“轻复古”设计的中档女装。伴随全国300余家门店的拓展，商品运营复杂度陡增，尤其每周例行的商品调拨，曾是我们一线团队最耗时费力的核心挑战。

## 人工时代的重负与特殊基因

在门店规模达百家时，我们完全依赖人工调拨。5-6位商品专员，每人需手工处理近万行SKU数据，一次完整的配补调流程耗时超过8小时。这仅是常规状态，若遇临时促销、爆款抢补或节前备货，工作量与压力便呈指数级增长。

更关键的是，作为设计师品牌，我们的商品结构具有特殊性：大部分的设计师款款式设计新颖，风格明显，市场反应供不应求，库存空窗期对调拨的灵活性、精准度和响应速度提出了远超行业平均的要求。

## 引入SAC，一次调拨从8小时到2小时

面对效率瓶颈，我们选择引入伯俊科技的SAC系统，目标是大幅提升效率，将团队从重复劳动中



解放出来，聚焦更高价值判断。我们设定明确预期：系统接管80%以上重复操作，将单次调拨耗时从8小时压缩至2小时以内。

我们深知，系统无法完全取代人在复杂场景下的决策——如突发的门店促销导致销量激增、节日前特殊备货策略、或新品计划的临时调整，仍需专员快速介入。因此，我们构建的是“系统跑基础规则+人工补特殊场景”的协作模式，让团队从高频手工操作中抽身，转向策略优化与应急处理。

### 灵活规则，匹配每一个真实场景

SAC给我们留下深刻印象的，是它的灵活性与实用性。保留大量参数配置和权限设置，商品专员可以根据业务判断灵活调整，而不是被系统绑定死逻辑。这一点在我们过往使用的系统中并不常见，也是我们觉得SAC更贴近一线真实工作的一个关键优势。

在具体操作层面，我们以“季度”为基本节奏推进规则更新，特别是在季中、季末、新品上新前后的几个关键节点，会根据销售结构和库存状况，对调拨策略进行批量优化。这些规则不是一成不变的表格模板，而是可



以被编辑、切换、配置的动态策略库，让调拨转变为可以计划的日常流程。

### 持续拓展系统价值

通过“自动化效率”与“人性化决策”的高效协同，我们已实现商品调拨工作80%的效率提升。如今，我们开始评估将系统能力的进一步延展——将SAC用于首铺管理。不同于调拨，首铺牵涉到新品分布优先级、打样数量、铺货比例等更靠前的策略维度。从SAC目前提供的策略设置、铺货排序等功能来看，我们相信它能协助我们完成从“上新配置”到“调拨执行”的一体化闭环。

# 突围行业寒冬：以「快」与「安全」 重塑时尚配补调效率

文 / 冯巍 (伯俊科技联合创始人)

## 痛点直击：配补调难题不只是商品部门的事

在当下承压的时尚行业，企业想立于不败之地并非易事。即便坐拥强大的生产能力与优质产品，许多品牌仍被商品管理难题绊住手脚——居高不下的缺货、难达预期的售罄、缓慢的周转。究其根源，这远非单一商品部门运营不力那么简单，而是涉及企划、销售、供应链、终端门店等多个环节的「全链条协同」命题。当考核压力不恰当地聚焦于商品部门，指望他们为所有结果“兜底”时，数字化工具投入再多，也常因忽视了多方因素交叉作用而收效甚微。

## 效率先行：跑顺链路是数字化的最优起点

撬动效率提升，是理顺商品链条的当务之急。对于身处前线的商品团队，最朴素的诉求就是效率：如何在现有人力下支撑更大体量？如何更快响应市场需求？如何加速商品流转？无论是提升售罄率、正价销售率，还是优化周转率和降低缺货率，所有这些核心目标，都必须建立在“商品链路高效运转”的坚实根基之上。我们认为，数字化的第一步，不是追求复杂的体系化变革，而是要聚焦提效这个最核心、最基础也最容易见效的切入点。唯有先解放商品人员于繁琐重复的低价值事务中，赋予他们思考和探索的空间，才能实现投入回报率最大化的破局。



了解更多案例

## 落地路径:

### 小步快跑, 实战打磨信心

伯俊SAC配补调解决方案, 不鼓吹“一步到位”的宏大平台革命, 而是坚持“小步快跑, 实战打磨”。

项目初期, 优先选择流程清晰、评价明确、反馈周期短的环节切入——或许是一条核心调货规则的精简, 或许是一条关键配补逻辑的优化。目标非常明确, 就是要让商品团队在短期内真切感受到省时省力、见效果, 从而迅速建立信心, 驱动项目进入自我强化的良性循环。

每家企业的后续进阶方向各不相同, 有的在深化规则优化, 有的急需打通商品与营销、运营的协同壁垒, 有的则需回溯源头解决商品企划问题。我们尊重这种多样性, 始终以“下一步如何最快出效果”为导航, 确保每一步改进都可复用、可见效, 推动整体商品数字化在渐进中滚雪球式地优化提升。

## 「快+安全」:

### 伯俊SAC的现实产品价值

这一实践背后的产品方法论, 清晰锚定在「快」与「安全」两大价值点, 这尤为契合当前绝大多数品牌务实求稳的需求。

「快」是速度——我们做到了所有项目100%在一个月上线落地, 半数以上企业在短短两周内即可跑通业务。「安全」是信心——这不仅是系统安全, 更指企业每一分投入的产出都清晰可验证, 确保时间和资源不被辜负。为此, 我们首创了「白盒化」设计理念, 与市面常见的“黑箱算法”形成鲜明对比。





## 透明机制: 白盒设计, 告别黑箱算法

传统配补调工具常陷于算法“黑箱”，企业无法理解逻辑成因，只能被动接受结果。伯俊SAC的“供需平衡六步法”等核心机制，致力于将企业的商品规则与运营理念逐条结构化、参数化，确保系统输出的每一个决策，都能清晰回溯、映射到具体的规则源头。企业看到的不仅是结果，更是逻辑推导的全过程。这种前所未有的透明度与可验证性，为企业带来了实实在在的掌控感与安全感，并为其设定了合理、可达的项目预期。

得益于此，我们的项目验收也异常顺畅——企业在日常操作中就能自我验证系统的易用性与精准度，无需冗长的“说服”过程。至今，所有配补调项目均按计划成功验收，兑现着“快上线、真有效”的承诺。

## 不止工具: 构筑面向未来的商品数字化底座

做好单个配补调工具只是起点。要构建面向未来的商品运营体系，需要一套融合方法论与系统能力的完整解决

方案。我们将配补调系统定位为一个坚实的「商品数字化底座」。它不再仅仅是工具，而是一个可延展、可集成、能稳健进化的开放平台。未来，无论是AI驱动的精准确测、自动化决策，还是跨角色高效协同、多系统无缝联动，这个底座都拥有强大的包容力，真正成为企业商品团队的核心数字化操作系统。

我们践行开放生态策略。比如，将某家擅长高精度销售预测的AI公司能力，无缝对接到我们的规则引擎之上，企业就能借助“预测+规则”的双轮驱动，做出更前瞻、更精准的商品判断。这是一种连接式协同的生态思路，超越闭环局限。

更进一步，我们正协同科研机构，致力于构建一套“商品运营能力评价体系”。这并非旨在排名，而是帮助企业客观审视自身商品团队的真实水平，精准识别提升维度。如同AI界有其评估模型（Benchmark），商品数字化领域同样需要达成行业共识的评价框架，以此推动企业间对标学习与整体行业的数字化能力升级。

这不仅是一个产品项目，更是一份沉甸甸的行业责任。在这条路上，我们愿意走得稳些，扎得深些，务求每一步都掷地有声，为行业注入稳固的信心与持久的价值。

# OB Cloud

## AI 时代的一体化云数据库

### 5大业务场景探索，助力客户现代数据架构升级

#### 高并发场景

多级弹性 & 极致线性扩展  
轻松应对流量洪峰

典型客户：泡泡玛特、支付宝、中免日上

#### 传统数据库上云

应用平滑迁移  
融入云原生架构

典型客户：金蝶、美年大健康、纵横物流

#### HTAP 实时分析

TP & AP 融合  
满足实时分析需求

典型客户：海底捞、科大讯飞、上海食亨

#### 多云容灾

多样化部署形态，无惧单一云环境故障  
提高云上系统的稳健性和可用性

典型客户：理想汽车、映客、骆驼科技

#### AI 应用

大模型 + RAG  
融合数据库：向量检索、混合查询

典型客户：支小宝、联通软研院、当贝

### 加速数据库上云，打造面向云的一致性体验

#### 主流云厂商

50+  
覆盖区域

170+  
可用区



# 倍轻松，用即时零售驱动 门店业绩增长

文 / 孙宝成 (伯俊科技咨询顾问)

作为倍轻松数字化项目的参与者，我亲历了倍轻松近年来在零售终端数字化上的深度变革。在线上线下加速融合的背景下，倍轻松选择依托本地生活平台流量，通过即时零售模式提升消费者体验，并以此全面升级门店运营能力。

## 借力本地生活平台，打通线上线下流量闭环

倍轻松在线上积累的显著流量优势，为探索新零售模式奠定了基础。但流量本身并非终点，如何将其有效转化为线下门店的实际业绩，才是关键。选择与优质的本地生活平台深度合作，如京东到家、美团等，正式开启即时零售服务。



这一模式的核心优势是“效率”与“便捷”。消费者在平台浏览下单，订单直达附近门店，门店快速响应、拣货打包，由外卖骑手在短短几十分钟内将商品送达。相较于传统电商动辄数日的物流等待，即时零售极大缩短了消费链路；对比顾客亲自到店，它又省去了通勤、排队等时间成本。

对门店而言，这不仅是服务半径的扩展，更是将线上公域流量精准转化为本地私域订单的有效途径，直接带动了门店销售额的增长。

## 高效履约是即时零售体验的核心保障

业务数据显示，即时零售上线后，“突发性礼品采购”（如节日、纪念日）与“紧急差旅用品补充”两大场景贡献了较大份额，印证了消费者对“极速履约”的核心诉求。即时零售的核心承诺是“快”，这对门店后端运营效率提出了挑战。订单处理的任何一个环节出现卡顿，都会直接影响消费者体验和平台口碑。为此，品牌依托伯俊科技的系统能力，对订单全流程进行了彻底的梳理与优化。



**高效溯源与精准结算:** 系统实现了原始订单与其所有关联单据（发货、退款等）的强关联，确保单号、商品明细、金额等关键数据全程可追溯。更重要的是，系统能够精准捕获并自动计算来自不同平台的各种复杂优惠规则（平台券、商家促销、满减等），确保每笔订单的结算清晰、准确，大幅降低了财务对账的复杂度与差错率。

**自动化退款与业务协同:** 针对线上订单高频的退款需求（如退运费、退差价、退定金、价保等），系统实现了退款业务的线上化、自动化处理。相关业务单据能自动流转至下游并生成标准化的零售单据，显著减少了客服、门店与财务之间繁琐的线下沟通与手工操作环节，提升了处理效率，降低了协同成本和资金风险。

这套高效的订单处理引擎，是门店能够从容应对即时零售带来的订单波峰、确保“分钟级”履约承诺达成的关键支撑，直接提升了顾客满意度和复购意愿。

## 灵活收银与标准化管理奠定扩张基础

即时零售的引入，对门店前端的操作效率和灵活性也提出了更高要求。引入高效、智能的伯俊门店系统，目标是让门店员工将精力聚焦于服务顾客本身。

**极速收银与全场景覆盖:** 收银系统实现了“3步5秒”的极速体验。更重要的是，它不再仅仅是收银工具，而是一个集成的门店运营平台，全面支持补货、调拨、退货、盘点、SN码管理以及团购核销等高频业务场景。在机场、高铁等特殊交通枢纽门店，部署了伯俊的大麦移动收银系统，最大化提升店员操作的便捷性和移动性，满足快节奏场景需求。

**流程标准化与快速复制:** 通过系统统一门店的操作流程与管理标准，确保了运营动作的一致性。这不仅提升了现有门店的管理水平，更重要的是为倍轻松未来新店的快速、高质量复制铺平了道路。同时，系统有效支撑了O2O模式（线上下单，门店配送/自提），进一步盘活了门店库存，也为顾客提供了更丰富、便捷的购物选择。

## 务实推进数字化，持续为门店创造增量价值

倍轻松的数字化转型，始终围绕一个核心目标：提升效率，优化体验，创造增长。即时零售模式的引入，为品牌带来了实实在在的增量订单。

未来品牌将探索更多线上线下融合的新场景，赋能门店，为消费者创造更大价值，为倍轻松的可持续增长注入数字化动力。

# 大麦购物车， 让门店“试而未购”变机遇

文 / 怀阳 (伯俊科技门店产品负责人)

在实体零售的日常战场中，一个场景反复上演：顾客在店里各种体验、深度参与——拿起放下、比划试穿、咨询细节……耗尽了导购的热情与精力，最终却空手而去。当顾客踏出店门那一刻，这场精心投入的互动便戛然而止，所有的兴趣、犹豫连同转化机会瞬间归零。

## 痛点直击： 被遗忘的“交易前黄金数据”

这个问题的症结，并非导购能力不足或品牌服务欠佳，而是整个行业长期面临的“交易前数据”空白。我们花了太多精力分析成交结果（谁买了什么），却忽视了那些最有潜力的客群——那些已经表现出强烈兴趣（试穿、咨询）却未能即时成交的顾客。他们的行为是宝贵的金矿，却被门店轻易遗弃。

## “大麦购物车”： 让兴趣有迹可循，转化不再转瞬即逝

顾客犹豫未购，往往并非没兴趣，而是“没准备好”。研究发现，“试穿未购”常因：款式搭配不够打动人心、价格略超心理预期、实物质感不及想象、或是顾客处于闲逛

状态。这些情况只意味着转化窗口“暂未关闭”而非“彻底关闭”，窗口可能几小时或几天后重新打开，但门店此刻已失去触达顾客的能力。

针对这一核心痛点，“大麦购物车”应运而生。我们的目标很简单：让顾客在店内的兴趣行为（试、挑、犹豫）留下数字痕迹，为后续转化创造可能性。

## 轻巧融入： 在服务中自然记录，离店后一键重温

大麦购物车的操作极其简洁流畅，无缝嵌入导购的服务流程：

1. **即时捕捉兴趣点**：当顾客表现出兴趣（试穿、多件比选、深入咨询），导购使用门店标配的移动设备，快速扫描商品吊牌（或手动录入）。

2. **生成专属清单**：顾客感兴趣的商品被即时数字化，汇集成一个专属的“大麦购物车”。

3. **便捷离店凭证**：顾客未购离店时，系统自动生成带二维码的凭证（纸质小票或在导购设备展示）。

4. **零门槛访问记录**：顾客无需加微信、不泄露隐私，只需扫码，即可在品牌小程序中查看自己试过的完整商品清单及信息。



## 价值跃升: 从记录到增长与洞察

大麦购物车不仅仅是一个记录工具,它带来的,是零售运营从猜测走向数据驱动的质变:

- **转化延时激活:** 顾客扫码后,发现心仪商品正好限时折扣或收到定向优惠券,轻松完成下单。
- **精准营销引擎:** 品牌可基于“试穿未购”记录推送个性化优惠,通过A/B测试优化折扣策略,提升转化效率。
- **导购赋能与评估:** 系统分析不同导购为顾客创建的商品组合,清晰量化谁的搭配建议更受欢迎、连带销售能力更强,为培训和绩效提供数据支撑。
- **商品与运营精进:** 识别高频“试穿但成交率低”的商品,优化陈列、定价或库存策略;洞悉不同时段、店型、人群的扫码转化特征,指导精细化运营。
- **连接会员起点:** 在大麦购物车页面,自然引导顾客添加导购企业微信或注册会员,将“一次游览”沉淀为长期用户关系。

## “轻运营”哲学: 不折腾门店的技术普惠

我们刻意避开了复杂笨重的技术路线(如昂贵的RFID改装)。大麦购物车的核心是“轻”:操作极简,导购只需在递送商品或服务时顺手扫码,无需改变原有流程;体验零压,顾客离店获赠凭证,是否扫码自主选择,品牌尊重决策节奏;接入平滑,无需换系统、无需大规模装修,降低门店落地门槛。实践证明,有效使用该功能的导购,月均销售额普遍提升15%-30%。

## 未来底座: 构建门店“行为数据资产”

大麦购物车是构建新一代门店运营系统的基石。它让曾经流失的“交易前行为”成为门店宝贵的“行为数据资产”。未来以此为基础,可以持续深化用户洞察、优化商品策略、提升运营效率,真正实现“数据驱动的门店运营”。

大麦购物车作为一个轻巧投入的工具,不仅是解决“试而未购”的利器,更是串联会员运营、商品企划与导购效能的基础设施。门店从不缺流量,缺的是有效把握那些“只差临门一脚”瞬间的能力。大麦购物车,正是补上这临门一脚的关键钥匙。

# 抢占市场先机， 伯俊助您五天闪电开店!

文 / 宋迎科 (伯俊科技营销VP)



在竞争激烈的零售市场，时间就是生命线。传统门店系统部署周期漫长，动辄耗费数月，高昂的时间成本与试错风险，阻碍着品牌快速拓展线下。凭借多年来服务中大型连锁企业的深厚积淀，伯俊科技积累了业内领先的流程管理与品牌运营经验。我们已将这些宝贵的行业沉淀转化为高度标准化的产品和服务体系，核心聚焦“速度”这一关键竞争力。该体系旨在彻底革新门店开业效率，成功将部署周期从传统“月”级压缩至突破性的“周”级，并在理想条件下实现“五天”极速开业的目标，持续赋能企业敏捷拓展、极速开店。

## 跨越品牌固有认知，实现快速开店

**告别“重”投入，拥抱“轻”启动：**无需采购昂贵服务器，无需组建庞大IT运维团队。伯俊提供云端“拎包入住”的解决方案，账号开通即可启用核心业务。大幅降低初始IT投资门槛和运营成本，尤其适合快速发展的新锐品牌或资源有限的中小企业轻装上阵。

**无缝整合，保护过往投资：**品牌方已有的线上业务（电商ERP、商城、CRM、OMS）和宝贵的业务数据，无需推倒重来。伯俊成熟的连接能力，能快速、低成本地将它们与新店系统打通，实现商品、订单、会员的协同，让线上线下真正联动。



了解更多案例



**开箱即用, 业务即刻运转:** 核心功能立即可用, 从高效收银、灵活促销, 到精准的库存管理(支持多店调拨)、实时的经营报表, 品牌开店所需的关键业务能力即刻上线。省去复杂的本地化定制和漫长的培训等待, 品牌团队能立刻将精力投入到服务顾客和销售增长上。

**全程护航, 专业支持:** 品牌不单单是拥有了一套软件系统, 而是获得一个值得信赖的行业伙伴。伯俊为每位企业用户配备专属服务团队, 从实施规划、业务指导到上线后的快速响应与维护, 全程保驾护航。伯俊团队深谙零售之道, 尤其理解线上品牌拓展线下的挑战与机遇, 能提供贴合实际的业务建议, 帮助品牌少走弯路。

**面向未来, 成长无忧:** 当品牌方的业务从单店裂变为十店、百店, 销售额从百万跃升至亿级, 伯俊的平台能力可无缝支撑业务的爆发式增长, 充分保障企业

在快速发展过程中始终拥有稳固的信息化基石。

### 谁正在借助伯俊速度实现弯道超车?

众多在电商领域取得成功的品牌, 正利用伯俊的方案, 以最低成本和最快速度, 构建起强大的线下运营能力, 实现全渠道布局。原本使用简易系统或手工管理的单店/多店品牌, 当面临库存混乱、多店协同低效、报表缺失等管理瓶颈时, 选择伯俊快速重构系统, 为规模化扩张打下坚实基础。

### 让“快”成为品牌增长的确定性

我们专注于一件事: 帮助品牌以行业前所未有的速度, 将新店开起来、收银跑起来、生意做起来! 这就是伯俊“闪电开店”解决方案的核心承诺。

# 标杆企业都在用伯俊

时尚服饰	DAZZLE	Calvin Klein	MaxMara	ICICLE 威可	E·LAND™
ZUC ZUG	TOMMY HILFINGER	JNBY	三枪	LACOSTE	BELLE
Clarks	ANZHENG	I.T	Beneunder	HODO 红豆居家	ECCO®
WISU	FIRS 杉杉	bosie	Dickies	ROOKIE	AOKANG 奥康
chuu	COMME MEI	Cabbeen	DKNY DONNA KARAN NEW YORK	C·BANNER 千百度	.....
运动&户外	LI-NING	SKECHERS	THE NORTH FACE	UGG	HOKA
PUMA	asics	new balance	OSPREY	Haglöfs	Jack Wolfskin
VANS	TOPSPORTS 猎豹运动	AIGLE DEPUIS 1853	UPPERVOID	KEEN	.....
3C&出行	科大讯飞 IFLYTEK	oppo	ASUS	SKG	SUUNTO
breo 倍轻松	Insta360 影石	纵横通信	FLYCO 飞科	CHERY	.....
食品&快消	认养一头牛 ADOPT A COW	BURGER KING 汉堡王	7分甜 SWEET7	东阳光 SEC	山东粮食 SHANDONG GRAIN
启泰	旺旺集团 WANT WANT GROUP	P&G	Unilever	九山尊 九山山石料 北有平谷九山 南有泰山石料	也买酒
Move Free 关节健康	SK-II	OLAY®	durex	Dettol 滴露	.....
其他综合	OMEGA	swatch 瑞士	LOOK 眼镜	玖龍	水星家纺
AJIDOU 阿吉豆	中国商飞 COMAC	圣象 power Dekor	信誉楼	Fissler	.....

