

附录

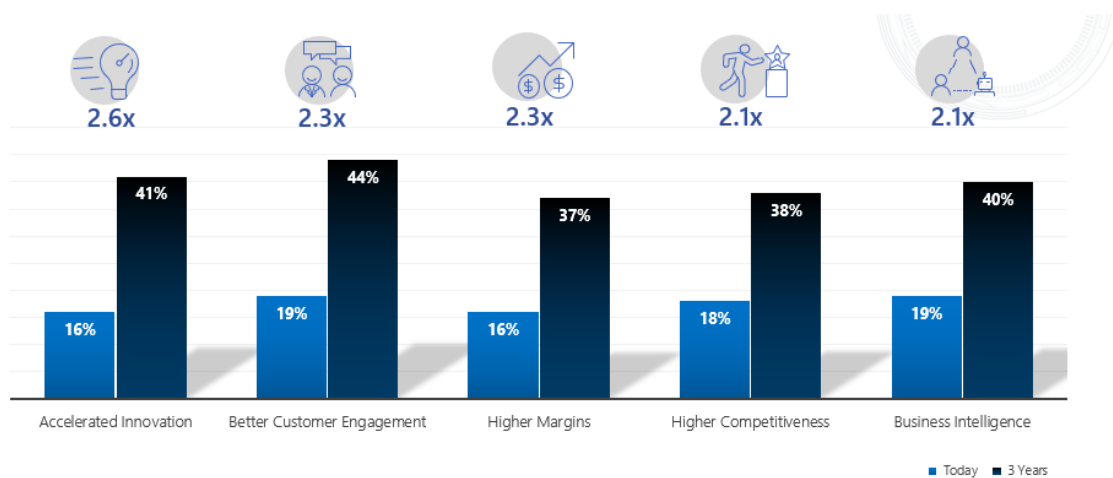


图 1: 采用人工智能的零售机构已经在五个方面（加快创新、更高的客户参与度、更高的利润、更高的竞争力、商业智能）看到了进步，到 2021 年预计将提高 2.6 倍

### AI Readiness: Asia Pacific's Leaders vs Retail

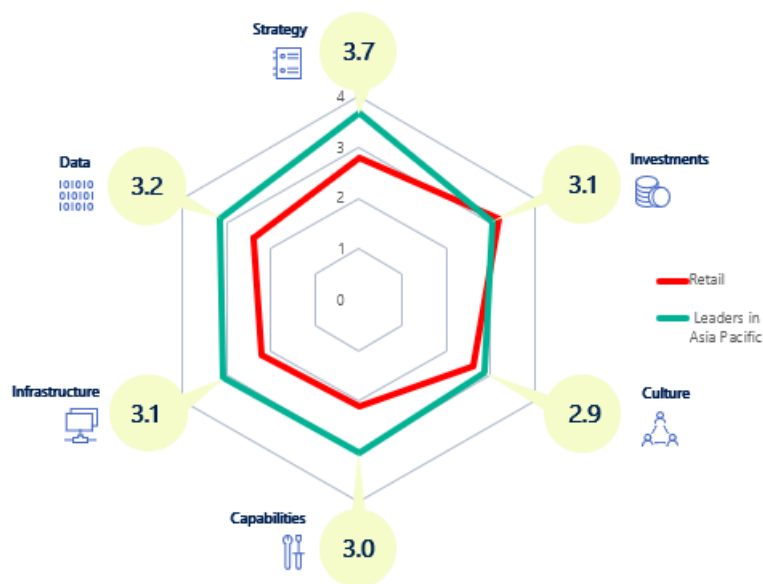


图 2: 人工智能就绪模型（亚太区的人工智能领导者与零售机构）。分数是这项研究评估零售机构的标准，分值范围从 0.0 到 4.0

# Business Leaders Underestimate Workers' Intent to Reskill

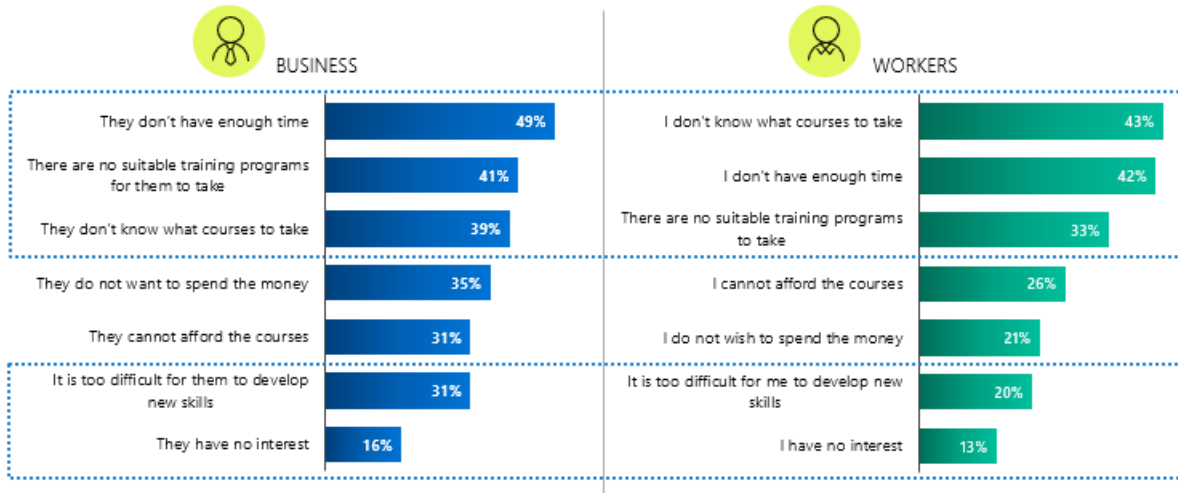


图 3: 企业领导低估了员工的再培训愿望

## 更多客户引言

Coles 首席信息和数字官 Roger Sniezek 表示：“作为过去 105 年非常引以为豪的澳大利亚零售商，Coles 不断向前发展，满足客户的需求——从墨尔本的一家百货商店到首批超市以及现在面向客户厨房的同天交付服务。与微软的长期合作将通过变革效率和速度为我们战略中的智能销售支柱提供支持。”

Harvey Norman 首席执行官 Katie Page 说：“客户必须能够做出整体决策，特别是在数字连接的世界。这一直指导着我们如何管理我们的产品品类，现在指导着我们如何努力为客户无缝连接线上线下渠道。同步购物(Synchronized Shopping)是朝着正确方向迈出的重要一步，帮助我们所有人过上‘互联’生活。”

驿氪首席执行官闵捷表示：“中国电子商务行业非常庞大，对于零售商来说，他们的客户数据可以通过各种碎片式来源、平台、网站线上线下传播。我们与微软密切合作，为零售商提供来源，分析用户资料，提供销售预测，并以视觉上具有吸引力的方式在 Power BI 上提供预测，帮助管理人员做出重要决策。”