



京東網上已有 La Perla、Emporio Armani、B&O Play 等國際品牌進駐。

決戰11-11

香港文匯報訊(記者 孔雯瓊 上海報道)距離2017年「雙十一」不到一個月,目前電商巨頭都在摩拳擦掌,大戰頗有一觸即發之勢。今年,有研究報告指內地高淨值家庭帶動高端零售向上,在此背景下,嗅覺敏銳的電商巨頭紛紛加碼奢侈品業務,天貓、京東相繼推出奢侈品服務平台。業內稱內地仍是高端零售消費主力軍,預計今年的奢侈品消費增速可達兩位數,且在「雙十一」中奢侈品的銷量亦有望在網絡上迎來一波高峰。

電商加碼搶攻高端零售

設奢侈品平台 提供個性化服務

據英國《金融時報》旗下研究院報告指,內地家庭年收入高於30萬元(人民幣,下同)的高淨值人群,非必需品開支佔每月家庭收入的比例正逐漸增長,並有望再一次成為高端零售業的助力。

京東TOPLIFE多隻品牌入駐

面對內地中產階級消費態度,電商開始發力搶佔奢侈品市場。10月小長假後,京東上線了一款獨立的全新奢侈品服務平台 TOPLIFE,同期位於上海的京東奢侈品倉庫亦配合正式投入使用。今次「雙十一」期間,還會設立「女神日」為 TOPLIFE 站台促銷,目前已有 La Perla、Emporio Armani、Rimowa、B&O Play、Ports 1961、Trussardi 等品牌入駐。另據記者從 TOPLIFE 客服處了解到,儘管目前 TOPLIFE 還未明確「雙十一」的折扣,但目前註冊者均可領取優惠券,等於提前提供了折扣。

天貓:多隻品牌勁打折

阿里的天貓方面,此前8月推出名為Luxury Pavilion的奢侈品頻道,且為保證質量均採用品牌自營的奢侈品,而非代理商產品。此外,天貓早前投資的另一個奢侈品頻道「魅力惠」,不少國際大牌目前已經打出超低折扣,如Gucci六折起, Vivienne Westwood三折起, Cavalli Class七折起。

值得一提的是,天貓和京東兩大內地電商巨頭在招攬奢侈品消費者方面各有特色:京東要求配送奢侈品的快遞員都是經過選拔的年輕男性,且要穿著正裝、戴白手套、駕駛汽車完成配送;而天貓則以齊全的品牌數量獲得口碑,並為核心會員提供個性化定制服務。

另悉,天貓10月20日在滬提前預熱的「雙十一全球潮流盛典」上,吸引了包括LVMH、雅詩蘭黛、SMCP等全球時尚奢侈品集團參與,這些品牌也都會在「雙十一」中折扣促銷。

Burberry LVMH 搶先佈局

雖然電商發力爭奪奢侈品市場,然而有一個有趣的現象是,去年天貓曾發佈過一份奢侈品消費趨勢報告,提及「雙十一」促銷之下,奢侈品銷售額的增速並不明顯。

不過儘管增速不明顯,奢侈品品牌本身還是挺渴望搭乘內地電商狂歡節的順風車。在即將到來的「雙十一」, Burberry 就表示要與天貓展開更深度全面合作,旨在借助內地互聯網龐大的人群流量達成銷售。LVMH 集團旗下的嬌蘭天貓旗艦店,10月13日起就開啟了「雙十一」搶先加購活動。



巨頭都摩拳擦掌,大戰一觸即發。距離「雙十一」不到一個月,電商

京東今年11-11將打造全球好物節。

訂單量創新高 機器人成主角



菜鳥網絡在廣東省惠陽區的智慧倉庫內,有上百台「機器人揀貨員」,單日發貨量可超過100萬件。

香港文匯報訊(記者 蔡競文)菜鳥網絡推出超級機器人旗艦倉以迎接2017年天貓「雙十一」,公司稱倉內逾100台機器人單日發貨量可超過100萬件,將為華南地區和香港的消費者提供優質物流服務,同時宣佈正在上海、天津、浙江、廣東及湖北等地上線機器人倉庫。

菜鳥機器人單日發貨過百萬

據國家郵政局預測,今年「雙十一」期

間,物流訂單量將創新高,單靠人力作業難以保證效率,需要智慧物流的大規模應用。

菜鳥網絡與倉儲運營方北領科技、智能機器人硬件生產商快倉科技,共同對惠陽機器人倉庫進行移庫升級。升級後的機器人倉庫不但面積更大、機器人數量更多,算法亦根據「雙十一」的物流特點進行迭代更新,將作為「雙十一」智慧物流的旗艦倉投入運營,單倉發貨量可超過100萬件。

作為天貓「雙十一」旗艦倉,惠陽機器人倉庫由機器人自主搭建,它們經過深度學習,對於一個空置的倉庫,只要完成基本的電氣設施建設,機器人便可自主完成智能倉庫的搭建。傳統的倉庫轉移搭建,單是對商品作搬倉移庫便需要大量時間和人力,既可能造成商品破損,亦會影響倉庫正常運營。一旦停止運營搬倉,更會影響到商家的庫存周轉。

電腦模擬計算 提升物流效率

過去倉庫搭建和移庫動輒近半個月不能發貨,嚴重影響商家和消費者利益。但是這次機器人旗艦倉的搭建,包括數萬個SKU

(Stock Keeping Unit,單品)的商品轉移,卻完全沒有人手參與,全都是由機器人自動完成。通過前期在電腦內進行模擬,計算出最高效的方案。由菜鳥智慧大腦統一調度海量商品的移動過程,這種倉內算法和自動化設備的完美搭配運營在全球屬於首次。

菜鳥網絡稱,今年「雙十一」前,將會在上海、天津、廣東、浙江、湖北等地上線多種類型的機器人倉庫,包括自動化流水線、AGV (Automated Guided Vehicle,無人搬運車) 機器人、機械臂等設備,在算法的驅動下提升物流運行效率。

以惠陽機器人旗艦倉為例,其AGV 機器人改變了以往人工在倉庫找貨的工作方式,由機器人將貨物帶到揀貨員面前,以往一個揀貨員一天走約70,000步只能揀貨1,000多件,在機器人的幫助下,一個揀貨員一天只走約3,000步,揀貨數量已是原來的3倍多。此外,菜鳥的算法會基於商品銷售的歷史數據,將關聯商品存儲在一起。於天貓「雙十一」大促活動期間,機器人會基於算法預測工作,商品會根據暢銷程度由機器人優先處理。

電商奢侈品售價接近境外



不少國際大牌如Prada等都在內地適當降價。

香港文匯報訊(記者 孔雯瓊 上海報道)目前,從內地電商備戰奢侈品的價格來看,的確很多價格已經和境外專櫃售價不相上下,以天貓「魅力惠」上一款黑色鹿皮酒神包報價來看,售價1.6萬元(人民幣,下同),已經非常接近國外專櫃同款式折合約1.5萬元的價格。

至於為何內地奢侈品售價越來越接近國外,有業內人士指,不少電商貨品都是買手通過境外各種渠道購買而來,其中不乏折扣渠道,加上越來越多的國際大牌推行適合內

地市場的政策,削弱海外價格優勢。如Prada、Chanel等都在內地適當降價,卻在歐洲等地提高售價。

財富品質研究院院長周婷表示,內地奢侈品市場具有無限發展潛力,其最明顯的特徵是,隨著奢侈品全球一體化,未來內地將成為全球購買奢侈品最便宜的地方之一。

隨著越來越多消費者開始在內地電商上購買奢侈品,據彭博社預計,今年內地奢侈品消費增速可達10%,超越了全球7%的平均增速。

京東「無人科技」佈局無界零售



肖軍介紹京東無人科技佈局。馬琳攝

香港文匯報訊(記者 馬琳 北京報道)「今年或將成為整個內地零售的分水嶺。」在內地電商紛紛備戰「雙十一」之際,京東集團CMO徐雷判斷,未來零售一定是無界的。從消費者、場景、供應鏈到營銷,消費行為變得極為分散、多變。為了適應消費新變化,京東今年「雙十一」推出了無人機、無人車、無人店等多項「無人科技」,力求從供應端為行業、品牌商和消費者帶來全新體驗。

京東集團副總裁肖軍介紹,隨著無界零售時代的到來,技術將成為實現零售變革與創新的強大驅動力。目前,京東已實現了倉儲、分揀、運輸、配送、客服全供應端環環的無人化,在促銷期間,這些無人科技的應用將越來越廣泛和深入。

全面啟用智慧物流中心

據了解,今年「雙十一」期間,京東在北京、青島、上海、廣州、武漢等13個「亞洲一號」智慧物流中心將全面啟用。其中,全球首個全流程無人倉的自動化、智能化設備覆蓋率已經達到100%,實現了從入庫、存儲、包裝、分揀的全流程、全系統的智能化和無人

化,日處理訂單的能力超過20萬單,將有效化解「雙十一」潮汐性訂單。

而此前在「618購物節」期間就已正式運營的無人機、配送機器人運營範圍將進一步擴大。目前,京東無人機已經在西安、宿遷等地開通數十條航線;配送機器人在北京、浙江、陝西、湖南等多地園區運營;無人貨車也在密集測試中。

自主研發無人超市將開業

此外,對於正處於零售業風口的無人店,京東在今年的「雙十一」期間也將有所涉及。京東集團高級副總裁馬松透露,京東自主研發的無人便利店和無人超市將在今年「雙十一」期間率先在京東全球總部園區正式開業。

據了解,京東無人便利店背後的「黑科技」是京東智能門店科技系統——D-Mart,其包含智能貨架、智能感知攝像頭、智能稱重結算台、智能廣告牌等模塊,能靈活組合,可以適應超市、便利店、加油站、機場、酒店等各種線下商業應用場景。

未來一年內,京東將在全國開設100家無人便利店及超市,讓這一停留在概念層面的全新購物方式真正落地,走入市場。

成本增加 快遞率先漲價

香港文匯報訊(記者 蔡競文)距離電商大「雙十一」還有不足一個月,各快遞企業開始漲價。10月10日,中通首先發佈調價告客戶書,稱因為運輸成本增加、人工成本上升、原材料價格上漲原因而上調運費,發到外省的貨件每件漲價2元(人民幣,下同);次日,韻達速遞也宣佈即日起漲價。

專家:安檢紙業提高成本

緊隨着中通和韻達,圓通速遞隨後也發佈通知,各網點對客戶收取的快遞費,在原有的價格基礎上進行上調,指導價為1kg或以下上調0.3元/票,超過1kg部分上調0.3元/kg。而加價的理由,是為了「確保圓通全網平穩運營,保障旺季時效,帶給客戶高質量的服務體

驗」。據澎湃新聞引述快遞專家、實業企業CEO趙小敏表示,快遞公司宣佈調整價格並不令人意外。從實際情況來看,快遞行業的成本的確在增加:安檢、實名制等一系列的安檢舉措,增加了快遞公司的成本;其次,快遞行業6家核心企業都已經完成上市,上市直接導致了相關快遞企業的成本基數在增加;另外,今年初以來,快遞的周邊行業如紙業等的成本和價格都在上漲,對快遞公司的成本增加



離「雙十一」不足一個月,各快遞企業已開始漲價。

影響較明顯。

不過,也有快遞公司明確表示不會漲價,順豐方面稱暫時不會調整快遞價格,天天快遞也暫時沒有漲價計劃。