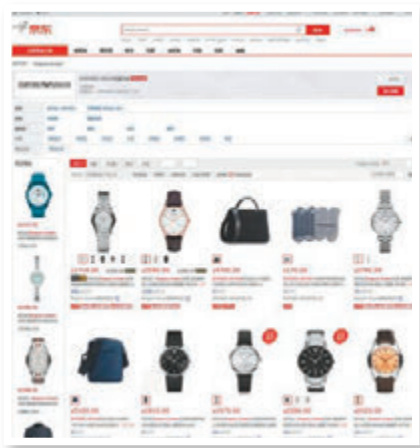




■京東網上已有La Perla、Emporio Armani、B&O Play等國際品牌進駐。

據英國《金融時報》旗下研究院報告指，中國家庭年收入高於30萬元人民幣的高淨值人群，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多個品牌入駐

面對中國中產階級的消費態度，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：多個品牌狂打折

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，天貓和京東兩大中國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，奢侈品牌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中國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的全面合作，旨在借助中國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。

決戰11·11

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）2017年“雙十一”將至，電商巨頭摩拳擦掌，大戰一觸即發。今年，有研究報告指中國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。業內稱中國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。

設奢侈品品牌平台 提供個性化服務

電商

加碼

搶攻

高端零售



■“雙十一”將至，電商巨頭摩拳擦掌，大戰一觸即發。

■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

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。

電商奢侈品售價接近境外

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）目前，從中國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”上一款黑色麂皮酒神包報價來看，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。

至於為何中國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中國市場的政策，削弱海外價格優勢。如Prada、Chanel等都在中國適當降價，卻在歐洲等地提高售價。

財富品質研究院院長周婷表示，中國奢侈品市場具有無限發展潛力，其最明顯的特徵是，隨着奢侈品全球一體化，未來中國將成為全球購買奢侈品最便宜的地方之一。隨着越來越多消費者開始在中國電商上購買奢侈品，據彭博社預計，今年中國奢侈品消費增速可達10%，超越了全球7%的平均增速。