

京东解密物流技术内核 智慧物流即将颠覆电商模式

在11月23日的“开放、智能、信任”京东物流品牌战略发布会上，一直在业界和消费者中享有出色口碑的京东物流将正式进行品牌化运营。在发布会上，京东集团副总裁肖军首次揭秘了目前京东物流体系的技术内核，并展示了正在逐步落地和试运营的智慧物流体系。

大数据为核，智慧科技驱动业务发展

肖军在发布会上揭示了大数据在智慧物流体系中的价值。京东通过应用大数据、LBS、机器学习、云计算、智能自动化设备等先进技术，实现了智慧物流的科技布局。大数据在科学仓储布局、拣货路径优化、智能排产、路网规划、动态路由规划、智能建站等方面发挥了巨大作用。“目前，京东智慧物流的数字化运营横向分布于仓配客售后的业务全流程，纵向贯穿于决策、预测、评估、可视化管理的全过程，可以利用大数据实现库存的灵活合理分拨，实现销量、效率提升和成本降低的完美平衡。”

无人仓、无人机和无人车，为设备赋予智慧

在京东的智慧物流科技布局中，“无人”堪称最明显的特点。京东通过创新性的硬件设备和模式创新，打造全自动化的人工智慧仓库。拥有3D视觉系统、动态分拣、自动更换端拾器等功能的DELTA型分拣机器人，可以惯性导航、自动避障的智能搬运机器人AGV，运行速度高、定位准确、性能稳定、安全监测的SHUTTLE货

架穿梭车，高重复定位精度、载荷最高达165公斤、臂展接近3米的六轴机器人6-AXIS……京东构建了一套系统化的整体物流解决方案，支持分拣、搬运、拆码垛等仓储全流程的自主实现。设备之上的数据感知和人工智能算法让这些设备具备出色的学习能力和适应性，并从整体上节约时间、空间，从而极大程度地降低仓储成本，提高生产效率。

与已经开始多地送货的无人机相比，肖军首次披露的自动驾驶集装箱货车拥有更为独特的物流模式。京东将以自动驾驶集装箱货车为“陆上航母”，在高速公路等简单道路环境中以队列跟随行驶的方式运行。集装箱车内含货架系统与货仓对接，换句话说，这就是一个搭载着高精度导航、自动感知环境、自主判断货物投放的移动仓库。而终端的无人快递机器人，则通过激光+视觉+GNSS的导航技术，实现从站点到客户地址的全自主送货，为城市消费者解决好最后一公里的问题。而电池供电的动力系统，在实现自动驾驶的同时，还保证了环境友好。

可以想象，在不远的未来，消费者从线上下单到线下收货，背后的整个流程都将更为智能，这满满的科技感，以及伴随而来的高效、便捷、精准和人力成本的节约，将由京东黑科技变成现实，而京东物流也将通过技术驱动和持续创新不断引领行业发展，提升用户体验，成为深入人心的物流品牌。

国美电器前三季度销售同比增15%

2016年11月22日，国美电器控股有限公司宣布截至2016年9月30日止“报告期”（未经审计）前三季度业绩。

三季度利润环比增幅明显 全零售战略进一步升华

报告期内，集团的销售收入约为人民币553.9亿元，比去年同期增长15.0%；国美在线自营部分的销售收入同比增长79.4%；综合毛利率为16.0%；费用率同比略降0.3个百分点至15.7%。集团账面现金充裕，拥有现金及现金等价物人民币113.6亿元。

报告期内，集团在一级市场门店总数为925家，销售收入同比增长为11.3%；二级市场门店总数为773家，销售收入同比大幅增长28.0%。

集团整体GMV与去年同期相比增长25%至人民币785亿元。线上贡献GMV达到人民币216亿元，同比增长106%。其中，移动端GMV同比增长177%，移动端GMV占国美在线比例达66%。

“新场景”搭建不断完善 运营能力进一步提升

互联网和新经济的不断发展，使得消费者的消费品类正从产品到服务、从大众产品到高端产品进行转变，由此国美逐步由家电零售商向线上线下融合的家庭生活系统解决方案提供商转化，加速推进全零售生态圈的构建。同时，在强大供应链核心优势的支持下，国美以场景式消费及客户体验为抓手进一步推动客流和GMV的稳步增长。

电商GMV同比增速达106%

●全新聚客理念构筑新场景生态圈

随着消费行为不断升级，体验成为零售企业与消费者链接的重要触点。国美基于“娱乐休闲、生活美食、家装设计、互联网电视、智能物联、电子商务”六大场景理念，通过烘焙课堂、智创空间、电竞网咖、厨卫一体化展示等项目，让消费者特别是年轻消费者感受高品质、潮流前沿、娱乐互动的商品体验，享受一站式购物强体验，增强与其链接，从而强化聚客能力拉动销售业绩增长。

●强化供应链核心竞争力

所有零售的变革都离不开供应链这一核心竞争力。国美通过构建云仓模式、搭建全球采购平台、采取差异化产品运营，分别实现了仓储共享、供应链资源全球市场的输入与输出，并掌握商品定价权。

●后服务市场构筑内生强链接

“国美管家”借助“智能云数据”优势，打造开放的综合性“互联网+”平台，与消费者进行“透明”沟通链接，实时了解消费者对家电的售后需求，打造家电维修、保养、清洁、更换、回收的家电生命周期闭环，有效链接会员与门店、物流及售后，提升顾客整体购物体验及关注度，强化与消费者的粘性链接，创建新的服务市场生态。通过立体化、多层次的服务延伸，国美的业务范围将从商业零售延展至后服务领域。

海信制热节上演狂欢，高能效变频空调更抢手

寒冬将至，国内传统淡季空调市场被海信一场持续时间超长、全民参与度更高的制热节搅热，具有高能效、变频、智能技术特性的空调新品已占据空调市场绝对主导地位，在全国多地家电卖场成功掀起今冬首轮抢购潮，这也意味着随着空调市场的产品结构再次加速优化升级，中高端变频空调也迎来一个高层次的普及期。

据中怡康数据显示，截至今年11月销额，变频空调占比达74%，同比提升2个百分点；高能效产品也就是一级能效、二级能效产品已达43%，同比提升10个百分点；艺术化柜机市场占比已达52%，同比提升10个百分点。也就是说，节能舒适的变频空调成为市场主流，同时标志着空调市场产品升级已迎来从低端向高端、从定速向变频，从低能效向高能效快速转型升级一个新阶段。

从厂商来看，作为国内变频空调市场的领军品牌，海信果断通过制热节在10月底开始向空调市场推出大量节能惠民补贴、变频空调精品、运动单车豪礼等新玩法，横跨双十一到11月底，将空调市场全面普及高能效变频空调推向一个年度高潮，并给处于回调期的空调



海信最新推出的炫彩空调、女神空调等精品阵容

市场注入一股积极向上的暖流和重拾增长的信心。

业内专家指出，海信引爆这一轮变频普及热战，也是一场技术战、价值战和品质战，依靠的绝对不是低价和低端产品，而是通过推出炫彩空调、女神空调、珍珠空调等高附加值、差异化新品真正满足消费者的需求，例如超强制热量的炫彩空调非常契合当下缺乏供暖地区人们的需求、高能效美肤健康的女神空调精准集中年轻女性消费者的痛点等等。

具体来看，海信空调自身销售结构通过制热节近三周（45周、46周、47周）升级速度远超行业水平，其中二级能效产品在自身销量占比已达72.5%，超同期35个百分点，超行业平均水平好几个百分点，另外变频空调在自身销量占比已达85%以上。

业内预测，经过之前激烈的价格战之后，今年以来空调企业选择在价格竞争上降温，产品价值竞争取而代之成为热点，随着空调厂商盈利能力增强、更多细分市场的高端产品上市以及原材料价格上涨，空调的产品价格上升通道已经打开。

Hisense

海信 珍珠 空调

WIFI智联 自然补水 智能睡眠 呵护女神

海信空调 变频专家

女神的专属美颜空调

米兰国际家具（上海）展揭幕 京东聚焦国民家居消费变迁

11月20日，京东作为米兰国际家具（上海）展览会中国线上唯一战略合作伙伴，与展会主办方共同举办战略合作媒体沟通会。国内知名设计师周宸宸受邀担任主持人，米兰国际家具展主席Roberto Snaidero，京东集团副总裁、京东商城首席品牌官兼首席战略官熊青云，京东商城服饰家居事业部居家装部总经理周新元以及国内主流媒体和业界人士共同出席。全面面向媒体及广大参展商介绍双方战略合作内容，将共同推动高品质的意大利家具品牌及设计产品入华，为中国消费者提供优质的意式家居消费选择。



展会期间，京东聚焦国际家居设计的“JD Design+”项目再度亮相，特别推出主题为“变迁启示录”的设计展，由国内知名设计师周宸宸担任策展人，通过“无法选择的过去”、“过渡之中的现在”和“触手可及的未来”三个部分，反映时代的更迭以及国人家居产品的消费历程，揭示未来家居消费方向。

3CE签约MIZUHADA品牌 瞄准一个百亿级的 市场大蛋糕

当90后主力年轻消费群体作为改革开放30年的结晶。他们对于化妆品寄予的是时尚、美丽与梦想。而彩妆作为时尚品类的发动机，无疑会成为中国化妆品行业的下一个焦点品类。而此时MIZUHADA品牌看到了市场机遇，全力携手3CE进军中国内地市场。并在近日，于浙江省建德市洋溪街道逸龙文创园又创建了分公司，继续拓展其彩妆事业。

据了解，虽然3CE在美国、迪拜、中国香港等都有专柜和形象店，不过对于全球最大的中国内地市场来说，也终于有了3CE身影，满足了消费者的期待。

“主打性感、色彩、时尚的3CE有望成为未来彩妆市场的新领军，3CE携手MIZUHADA品牌进军中国内地市场将成为未来微商大热。”业内人士对此分析道。

携遨舍绿色出游 享旅行本真之美

不过分追求奢华，崇尚绿色和低碳主义渐渐渗入到了当今旅行者们的出游理念中。简单、自然的旅行方式不仅给环境减轻了负担，更会让自己感悟出旅行真正的意义以及心底那份最纯粹的快乐。无论是前往繁华所至的香港、纯净天然的苏梅岛，还是热情好客的斯里兰卡，选择遨舍，宾客们都能从酒店中的每一处小细节感受到品牌对健康与环保的重视，享受到简约却不凡的休憩体验。不仅如此，遨舍精心编整的“目的地指南”搜罗了城中每一处精彩，助宾客们轻松展开一场还原本真的乐活之旅。

《时尚3C》编辑邮箱 181644262@qq.com