

科技先行 零售三巨头加紧备战“双十一”

□本报记者 常佳瑞 任明杰

一年一度的“双十一”脚步渐近,各大零售巨头在加紧排兵布阵,迎接即将到来的购物节大会战。2017年对零售业而言是不同寻常的一年,技术成为引导行业发展的核心驱动因素。这一点已经成为线上电商和线下实体零售共识。新零售、智慧零售和第四次零售革命,无论哪种说法,都将技术放在第一位。因此在今年的“双十一”备战中,阿里、苏宁、京东三大零售巨头都铆足劲在技术上加紧装备,无人零售、机器人、大数据、智慧物流等“黑科技”将齐齐现身今年“双十一”。



图为京东无人超市。

本报记者 任明杰 摄

加码科技创新

10月17日,在京东零售创新战略暨11·11全球好物节启动发布会上,京东一口气推出了包括全流程无人仓、无人货车、无人超市、无人便利店、智慧供应链开放平台等多个黑科技产品,向外界集中展示了京东在未来无界零售当中的技术创新和科技布局。京东集团高级副总裁马松介绍,“双十一”期间,京东自主研发的无人便利店和无人超市将在京东全球总部园区正式开业。

同时,京东还拉来了腾讯助阵。在发布会上,京东与腾讯宣布:将联合推出赋能品牌商的“京腾无界零售”解决方案,以腾讯的社交、内容体系和京东的交易体系为依托,为品牌商打造线上线下一体化、服务深度定制化、场景交易高融合的零售解决方案。这也是京东提出无界零售理念之后,推出的全面赋能品牌商的解决方案。

另一大电商巨头阿里巴巴在今年“双十

一”之前的云栖大会上也宣布成立全球研究院——“达摩院”,进行基础科学和颠覆式技术创新研究,并在未来3年投入超过1000亿元人民币,承载“NASA计划”。今年3月,马云在阿里巴巴的首届技术大会上动员公司全球两万多名科学家和工程师投身“新技术战略”,启动“NASA”计划。

阿里巴巴的另一个“千亿项目”菜鸟网络10月17日也在广东惠阳发布了全球领先的超级机器人旗舰仓,上百台机器人单日发货可超百万件,将为华南地区和香港的消费者提供极致物流服务。据了解,像这样的仓库,菜鸟正在上海、天津、浙江、广东、湖北等地纷纷上线。菜鸟网络方面称,这是全世界首次在“双十一”如此大的物流体量上使用机器人仓群作业。

在这次充满前沿科技色彩的“双十一”备战

上,苏宁也不甘示弱。今年“双十一”,苏宁易购推出O2O购物节,将打造全渠道、全产业、全客群的“三全”购物节。10月16日,苏宁易购总裁侯恩龙公布了今年“双十一”的新战略,在“双十一”期间,苏宁将与科沃斯联合推出的智慧零售机器人,将承担起苏宁智慧导购体系的重要角色。同时,两家企业将在无人店导购、工厂直供模式等方面发力,打造更多智能科技的网红产品,开启“人机合作”模式。

据侯恩龙介绍,从11月1日开始,这批智慧机器人将正式登陆包括苏宁无人店、常规门店、主题购物展厅等在内的苏宁线下店,与消费者见面。在这些线下零售场景中,机器人不仅能够为消费者提供品类区域或具体品牌专柜的位置导航服务,还能够为顾客介绍专业的产品知识、播放促销广告。

技术热点频现

零售行业正经历着前所未有的变革,技术取代渠道成为推动零售行业前进的核心驱动力。今年以来,无人零售、智慧物流等技术热点正在慢慢改变零售行业的日常形态。

迫近“双十一”,线上与线下双渠道联动的同时,零售巨头已将无人零售这一新物种纳入“双十一”的鏖战中。今年8月份,苏宁在全国的首家无人店在南京开业,真正实现了“刷脸”消费,苏宁表示,无人店是人脸识别技术在零售领域的运用。用户在苏宁无人店内购买商品,无需排队付款,通过人脸识别系统识别用户的身份,直接从苏宁易付宝实现付款交易,今年“双十一”前后还计划开设20家无人店。

阿里涉足无人零售领域的产品“淘咖啡”已经于7月的淘宝“造物节”上亮相。消费者首次进店需要打开“手机淘宝”,扫码获得电子入场码,同时签署协议条款,通过闸机后开始购物。离店前,消费者会经过一道“结算门”进行结算。淘咖

啡从进店购物到到店结算支付都是借助新技术完成,实现“自动识别、即走即付”。

针对无人零售这一新事物,商务部此前表示,无人值守商店是商贸流通领域从需求侧角度推进供给侧结构性改革的有益尝试,能更好满足个性化、多元化的消费需求。但作为一种新生事物,无人值守商店尚处于起步和探索的阶段,在监管机制、技术成熟度等方面还面临挑战。

随着零售业的不断发展,作为其标配的物流行业也在迅速成长,今年开始机器人、无人机、自动化分拣等物流“黑科技”大面积进入物流行业。菜鸟方面介绍,2017“双十一”物流将呈现多个新特点,其中最主要的变化就是机器人仓库从过去的单点开花走向大规模应用。阿里巴巴9月份宣布将增持旗下菜鸟网络股份,未来五年继续投入1000亿元,除了继续用于数据技术等领域研发,还将用于与物流伙伴共同推进智能仓库、

行业变革持续

2017年被认为是零售行业发生巨变的一年,无人超市、智能家居、无人仓配、门店科技等新产品、新业态和新玩法一次次吸引着人们的眼球。2016年的“云栖大会”上,马云首次提出“新零售”概念,2017年也被阿里认为是“新零售元年”。

马云曾表示,线上线下和物流必须结合在一起,才能诞生真正的新零售。企业以互联网为依托,通过运用大数据、人工智能等先进技术手段,对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造,进而重塑零售业态的基本结构与生态圈,并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式。在“新零售”的提纲挈领之下,阿里开始了与线下零售企业的频频合作,同时加强了物流与零售技术方面的布局。

面对零售业面临的技术变革,京东则提出“第四次零售革命”的概念。今年7月刘强东公开发表署名文章,表示下一个10年到20年,零售业

将迎来“第四次零售革命”。刘强东认为,零售的本质不变,仍然是成本、效率、体验。过去20年的互联网只是零售行业数字化进程的一个“序幕”。互联网改变了交易端,但对供应端的影响还很小,未来物联网和智能化对行业的改变会更加深刻、彻底。

针对今年“双十一”,在第四次零售革命的基础上,京东又再次喊出“无界零售”,京东表示,第四次零售革命下,需求个性化、场景多元化、价值参与化的消费变化,加上数据化、网络化和智能化的技术驱动,推动了“无界零售”时代的到来,供应链发展已呈现出个性化服务、短链化供应、智能化发展的新态势。京东集团CMO徐雷指出,在京东所倡导的无界零售中,需求个性化、场景多元化、价值参与化将是三大核心。

在零售行业的变革浪潮中,苏宁在行业内第一个提出线上线下融合发展的O2O发展战略,即通过营销变革、云商更名、双线同价、开放平台,

拥抱互联网,再造平台、重塑能力等一系列的变革,制定“一体两翼三云四端”,形成了覆盖门店POS端、PC端、移动端和TV端的全渠道布局。2016年,苏宁云商又提出“智慧零售”,并将其定义为运用互联网、物联网技术,感知消费习惯,预测消费趋势,引导生产制造,为消费者提供多样化、个性化的产品和服务。

苏宁云商表示,智慧零售将推行“五智”,即智慧采购、智慧销售、智慧服务、智慧渠道和智慧业态。智慧采购改变传统零售的B2C供应链管理模式,苏宁建立了由零售商发起的C2B反向驱动供应链管理模式。智慧销售则在苏宁易购线上首页根据用户的不同偏好展示不同的优质内容,实现千人千面。在线下,苏宁云商已开出2000多家线下易购新店,下沉进入乡镇、小区;在一二线城市商圈,苏宁则大规模升级云店,开发母婴店、超商店,进购物中心、建苏宁广场,提升消费体验。

“大促”将至 物流企业强化“智”递

□本报记者 李慧敏

10月17日,仓储物流板块现普遍上涨,截至收盘,申通快递上涨了4.6%,顺丰控股上涨了4.16%。“双十一”临近,相关快递物流企业纷纷加紧布局,提前释放利好。业内人士表示,今年“双十一”除了“买买买”以外,各家企业智慧物流大比拼也将成为一大看点。

智慧物流大比拼

根据尼尔森和阿里研究院此前预测,“双十一”期间快递量将超过10亿件,将再创世界纪录。国家邮政局相关人士也预测,今年“双十一”期间物流订单量将达到新的量级。在此情况下,在拼货品销售还要拼送货效率的服务升级要求下,各家电商物流平台及相关快递物流企业“严阵以待”,“大战”前纷纷爆出自家的智慧物流秘密武器,无人机、AGV物流机器人、智慧仓悉数登台亮相。

10月17日,菜鸟网络在广东惠阳发布了全球领先的超级机器人旗舰仓,上百台机器人单日发货可超百万件,将为华南地区和香港的消费者提供高品质物流服务。为了迎接“双十一”,菜鸟网络早在几个月前已经开始布局机器人仓库的迭代升级。

菜鸟广东惠阳的智慧仓上线并不久,但只能应对平时的订单高峰。为布局“双十一”,菜鸟网络与仓储运营方北领科技、智能机器人硬件生产商快仓科技一道,对惠阳机器人仓作了移库升级。并且,菜鸟网络上海、天津、浙江、广东、湖北等地智慧仓也纷纷上线。菜鸟网络表示,这是全球首次在“双十一”使用机器人仓群作业。

京东物流表示,将集结“史上最强大智慧物流基础设施”和规模空前的“机器人军团”,积极迎战“双十一”。据了解,今年“双十一”期间,京东亚洲一号将由6.18期间投用的9座扩展到13座,北京亚一、青岛亚一、上海亚一三期和重庆亚一中小件仓均属首次投入使用。之前被外界高度关注的上海自动化立体仓库、上海全流程无人仓、武汉亚一中小件无人仓,华北物流中心AGV

■ 公司点评

苏宁云商布局全产业链

苏宁云商一方面强化传统店面经营效益考核,一方面加快新业态的探索。各类门店总数保持在1500家左右。苏宁易购APP日均活跃用户数增长迅速,移动端订单数量占线上整体比例达到83.66%。公司8月份和9月份线上的销售收入同比增长69%和43%,分析师预计2018年其线上收入能保持40%以上的增长。

财富证券研报数据显示,公司旗下苏宁物流等拥有仓储及相关配套总

面积614万平方米,财富证券预计,2020年,公司的仓储面积将达到1000万平方米。公司旗下的金融业务也不断扩大,包括支付业务、供应链金融、消费金融、投资理财、保险业务、融资租赁以及苏宁银行等。

中泰证券分析认为,苏宁云商将通过线上线下营销等提高收入基数,利用差异化的产品及高品质的服务提升毛利率水平,强化与竞争对手相似品类的价格优势。

海澜之家受益与阿里巴巴合作

海澜之家不久前与天猫达成新零售战略合作,双方将在新品首发、品牌建设、渠道管理、产品创新、大数据赋能、消费者运营、线上线下全渠道融合等方面展开深度合作。

天风证券分析认为,通过与阿里巴巴合作,公司可以获得在国内甚至全球业务最重要的和可持续的销量与利润增长引擎。阿里在销售、品牌建设及市场营销、大数据赋能及消费者运营创新等方面具备极强优势,双方合作有利于公司实现更具盈利性的增长并加快数字化转型。阿里旗下的天猫及阿里相关平台将为公司品牌推广

提供独特、优质的服务和资源,为公司持续发展大量潜在客户,提升品牌影响力提供强有力的支持。同时,为发挥双方资源的协同和叠加效应、为消费者提供更好的产品和服务体验,阿里将在数字资产、营销推广、创新合作等方面为公司提供战略资源。东吴证券分析认为,海澜之家有望借助阿里平台上巨大的流量优势及数据挖掘优势,完全实现在线上线下的打通,使前端的消费者数据反馈能够更及时更准确地对后端供应链生产给出指引,让公司的产品更有针对性地投向市场。

顺丰控股积极布局智慧物流

今年6月,顺丰与赣州市南康区联合申报的物流无人机示范运行区的空域申请,得到了正式批复,成为目前国内唯一获得正式审批的,且由企业、中央监管部门和地方政府共同推进的示范空域。

经过多年的发展,顺丰控股的服务范围从华南先后扩展至华东、华中、华北,覆盖全国331个地级市,2620个县区级市,覆盖率达到97%。

公司现在自有飞机39架,是国内全货机数量最多的货运航空公司,在空中形成有效的快递干线网络,就是

常说的“天网”。

除了无人机,顺丰控股的智慧物流布局体现在多环节。如在智慧硬件方面,顺丰控股自主设计和研发了智能接驳柜。智能接驳柜作为收派员与营业网点之间的一个新增包裹交接节点,将营业网点部分功能进行前置,实现了收派作业人员与外部互联网运力资源的包裹异步交接。让收派员更加专注于服务客户的同时,还提升了包裹中转时效。在智慧服务方面,截止到2017年6月30日,顺丰控股的“智能外呼”已在5个业务区实现。(李慧敏)