家乐福首家“智慧门店”上海开业

5月20日，零售巨头家乐福携手腾讯打造的首家智慧门店Le Marche，在上海天山正式开业。据悉，这是家乐福全球首家新业态，也是最新的一家微信支付智慧零售旗舰店。通过为消费者提供“人脸识别会员”、“小程序扫码购”、“会员免密支付”等服务，此次家乐福通过腾讯“智慧武器库”，欲打造“全副武装”的智慧零售旗舰店。

青年报 姜卓

家乐福方面介绍说，“le marche”是法语“集市”的意思。除了“智慧”服务外，主打餐饮、生鲜、进口商品、自有品牌商品等将成为Le Marche的特质。

本报在探店时看到，在Le Marche天山店内，专门为进口食品开辟了300平方米的区域，按照国家划分商品。进口商品统一摆放在最靠近主通道的货架上，最易被消费者发现。家乐福方面称，这家门店的食品类占比超过78%，而当中进口食品占比约17%。此外，个护、美妆区域的商品比重大量增加，日韩品牌及进口的网红商品能占到一排货架。这部分商品通常在年轻人中美誉度比较高，家乐福希望以此带动品牌形象年轻化的意图明显。

家乐福方面称，自有品牌将是家乐福未来发展的重要一环，一来可以丰富门店品类，二来也可为消费者提供更多高性价比的商品。目前家乐福中国的自有品牌商品主要集中在食品领域。在Le Marche天山店可以看到，家乐福的自有商品从饮料、酒类，到巧克力饼干、罐头果酱等均有涉及，且较其他进口食品有一定价格优势。

与以往动辄8000多平米的超大面积相比，Le Marche天山店的面积仅为4000多平米。家乐福方面表示，未来将逐步减少以往“大”超市就要“大”面积的概念，会增加开设4000平米左右的中小型“紧凑型”超市数量。

家乐福中国区副总裁余莹称，“要改变以往卖场与外围商铺全面阻断的构造，此次天山店将美食街与家乐福卖场内部打通连接，成为一片开放的大型空间。让消费者在漫步中发现更多的喜好选择空间，让家乐福成为一种社区型的生活方式。

“之前我们一直认为，互联网消费将会是未来消费的主流形态，但通过我们不断地进行调研后的数据发面，小业态将会是未来零售的爆发点，会成为最重要的业态”，家乐福大中华区总裁唐嘉年说，“自有品牌将会是未来家乐福发展的重点，我们的目标是从目前的1000个单品发展到未来4000个自有品牌的单品，其中20%是进口商品。另外，绿色有机食品也是未来发展的重点之一，我们会直接与农民合作，甚至会教给他们如何让产品更好”。

家乐福方面透漏，即将在深圳选址两家门店，按照Le Marche改造，未来将会有更多Le Marche门店与消费者见面。

康佳发布转型新战略
“1234”战略路线剑指千亿目标

青年报 姜卓

在刚刚发布了强劲增长的一季度业绩后，康佳正式拉开了转型升级新战略的大幕。5月21日，康佳在38周年庆典上对企业创新发展新战略及践行方式进行了诠释。

据悉，38岁的康佳，先后经历了品质品牌塑造、上市及全国布局、探索发展、跨越发展四大发展时期。在漫长的探索与创新实践过程中，康佳逐渐形成了良好的产业基础，目前产业涉及家电、互联网运营、供应链、金融投资、产业园区五大领域，形成了以家电为基础支撑的多元业务协同发展的新的产业格局。

自去年以来，康佳的经营状况就备受业内关注。2017年财报显示，康佳实现净利润50.57亿元，同比增长了5185%；今年一季报再报利好消息，预计收入达到77.73亿元，净利润为5575.8万元，同比增长112%。连续的业绩经营向好，体现了康佳的强劲实力，也让康佳有了更多精力投入到战略转型升级层面的思考。

康佳集团总裁周彬表示，国家经济转型升级、大力发展战略性新兴产业的重大机遇，加之大股东华侨城集团跨越式发展的号召，都为康佳的新一轮发展创造了良好的条件。康佳结合自身资源与优势，在改革成效初步显现的基础上，进一步系统性推进战略转型升级，以期实现康佳集团整体跨越式发展。

战略发布会上，康佳提出了“一个核心定位，两条发展主线、三项发展策略、四大业务群组”战略转型升级内容，立足科技之本，汇聚各方力量，灵活运用信息化、金融化等手段加速推进转型升级。无论从深度上还是广度上，对康佳来说都是一次史无前例的壮举。

在这个简称为“1234”的全新战略中，康佳首先确立了“科技创新驱动的平台型公司”的核心定位。“科技创新是过去38年来康佳所秉持的核心竞争力之一”，周彬强调，未来，它仍将是康佳的核心驱动力。在现有的消费电子板块优化、战略性新兴产业的布局等方面，康佳将通过自主研发、投资孵化、产研联盟等方式，紧密对接产业前沿和创新资源，持续发挥科技创新的核心价值。

发布三款全高清无屏电视
极米：每个家庭都应该拥有一块大屏幕

青年报 姜卓

5月15日，天府软件园企业极米科技发布了极米无屏电视H2、H2 Slim和激光电视皓·LUNE三款新品，同时公布了两项未来发展战略：与百度联合成立AI无屏实验室、加快全球市场布局。

极米科技董事长、CEO钟波表示，市面上有些为了追求所谓低价格，不惜将产品降到只有最基础的配置和功能，对于能提升品质感的功能却弃而不用；也不愿意花费精力和费用做设计，而是靠抄袭。与这些追求低价和所谓性价比的公司不同，极米不会做低价产品和低端产品，只做“品价比”高的产品。极米认为，每个家庭都应该有一块大屏幕，将家人欢聚在一起，通过大屏找回生活的品质感与仪式感。

在发布新品的同时，极米宣布与百度成立AI无屏实验室。钟波表示，未来的无屏电视不仅仅是家庭娱乐终端，通过AI技术，无屏电视也是连接整个智慧家庭的“心脏”。目前，依托百度DuerOS技术，极米无屏电视已经搭载了全新的极米AI系统，让不懂技术的小白用户也能轻松上手。极米AI系统支持人性化的多轮式引导交互，搜索视频、播放视频、查询百度百科、询问天气等等，全都不在话下。此外，极米还接入了多家IoT平台，能与家里的其他智能设备形成互动，比如对着无屏电视说“开灯”、“关窗”、“调高温度”等。无屏电视不再是冷冰冰的物件，而是能与人对话的特殊家庭成员。

极米AI系统还新增了声纹识别功能，可以识别家庭每个成员的声音，并根据个人喜好推荐个性化内容，真正做到千人千面。目前，极米已内置芒果TV、银河奇异果、搜狐视频、PPTV聚体育、4K花园等影音内容和百度音乐、蜻蜓FM的资源，在家看电影、看综艺、听歌K歌，家庭成员想要的各式娱乐内容通通都有。

另外，极米内置的儿童频道还精选奇异果儿童版内容，涵盖了动画、儿歌、故事、早教、英语、电影等多种类型的益智片库，实现寓教于乐，陪伴孩子智趣成长。

钟波还介绍了极米2018年全球市场拓展计划。目前，极米已拓展了北美、欧洲等重点市场，在海外众筹发售了极米无屏电视H1和CC，得到了用户和媒体的认可。

■资讯

别样红新系统上线

近日，酒店管理系统别样红创始人兼CEO黄晓凌宣布，将推出融合版云PMS系统、收益管理和声誉管理3大核心产品，以“连接酒店一切软件、硬件并提供相应服务为整个行业赋能，打造面向未来的住宿业互联网生态平台”。

据透露，新版云PMS系统基于云端迭代更新、全程监控、异地灾备、安全防护以及服务培训5大核心能力，目前别样红已经建立其一套完整的“5+2”酒店服务体系，服务入口涵盖传统及互联网渠道，并搭建起一个由庞大在线知识库、在线视频、在线论坛组成的知识学习平台，同时以独创的“4x4x6方法论”优化服务程序，保障产品平稳高效运营，提高服务效率。

截至2017年，其签约酒店突破14000家，服务酒店数量突破16000家，预计今年将超过25000家。黄晓凌表示，未来别样红将始终坚持用最具前瞻性的互联网精神打造智慧酒店解决方案。 青年报 王霞

昕诺飞定义新照明

飞利浦照明近日宣布，将正式启用新中文名昕诺飞(Signify)。昕诺飞大中华区总裁王昀表示，新中文名源自对照明的全新定义，即光已成为一种智能语言，连接和传递信息。而此前两天昕诺飞还宣布，已于中国城市景观和建筑立面照明灯具及控制系统的制造商深圳磊明科技达成收购协议，将旗下高端建筑立面照明产品和系统拓展至正高速发展的中端品类。

青年报 王霞

神舟发布精盾系列

近日，神舟电脑宣布推出全新高端商务笔记本精盾系列，并发布8款系列新品，均搭载英特尔新一代处理器及英伟达十系显卡，以期“多层次满足商务人士对笔记本轻薄且高性能的双重需求”。较之去年发布的T9系列，此次发布的精盾系列价格更“亲民”，适应目标群体更加广泛。

“未来3年内，我们的目标销售是百亿元。”神舟电脑董事长吴海军透露，目前，昆山神舟已有SMT生产线五条，可实现年产笔记本电脑100万台，台式电脑50万台，今年年底前，将再建两条全自动化的智能生产线，并投入上亿元成立研发中心。

青年报 王霞