



## 信息化 必须 意识先行

石力 安之

在采访中,笔者发现信息化已经成为支撑城镇化产业升级转型的重要内容,但如何用好信息化去服务企业发展还是个大问题。

目前,企业对于信息化有两种态度,一种是茫然,另一种是盲目。成都银犁冷链物流股份有限公司董事长谢彬告诉记者,在银犁物流中心,很多商户不愿意信息化,坚守着“鸡毛信”式的商务信息传递,卖货档口与库房两头跑,也不愿意用网络来传递订单信息。其实,他们也并非不知道信息化有什么用,但总是很茫然,觉得劳动密集型行业有人力就有利润,总有一种惯性推着往前走。

也有不少企业管理者开始拒绝信息化,但听了几次报告或者看到竞争对手由于实施了信息化而实现企业经营突飞猛进时,又走向了另一个“盲目”极端。他们认为信息化什么都能做,把信息化当作企业唯一的“救命稻草”,却忽略了信息化的难度,花巨资建起信息系统却闲置不用。

这些现象在企业里很常见,可以看出发展企业信息化的阻力还是来自于人的意识。为什么在如今互联网、信息化个人应用如此发达的今天,企业管理者的信息化意识还如此滞后?笔者发现,由于对传统经营模式的惯性思维、信息的安全顾虑以及行业特点的差异,例如劳动密集型行业缺乏对技术的嗅觉等一系列的因素阻碍了人们对企业信息化意识的提升。

那么,如何提高他们的信息化意识?首先,政府引导,市场推动。大企业不缺信息化的实力,而中小企业存在实力弱、管理水平低等劣势,在融资方面较困难,以至于一些中小企业根本负担不起较大的信息化建设投入费用。这就需要政府给予中小企业信息化更多的优惠政策,同时积极开展诸如云服务、信息平台租赁使用等创新服务。如果商户不希望市场看到自己的信息,那么出台信息保护法案很有必要,对违反相关法规的企业要进行处罚并予以公示。再次,对不同的行业需要采取不同示范工程,让小企业知道信息化的甜头,提高企业信息化的意识。

**编者按:**随着互联网的普及和移动互联网的飞速发展,“因网而生”的新面孔层出不穷,“数字鸿沟”也因此而在多个层面上得以弥合。您对信息化创新弥合“数字鸿沟”有何体会和建议?欢迎来稿参与讨论。

在信息时代,“数字鸿沟”往往被视为一种创造财富能力的差距。一般认为,它与贫富差距是互相叠加的,富者比贫者可以获得更好的信息技术和网络服务,从而拥有更多的机会。

但互联网金融的兴起,为此提供了一个反例。大数据、云计算、移动互联网等新一代信息技术的应用,打破了传统金融业“嫌贫爱富”的“明规则”,在最核心的信贷业务领域,为市场上的弱小者提供了空前的机会。

当前,中国有超过5000万家小微企业,其中4000多万家实际上是“微”得不能再“微”的个体工商户。在传统的金融服务市场上,大多数小微企业,以及白手起家的创业者,很难获得信贷支持。缺乏信用记录、缺少抵押物、单笔业务量过小、刚性成本过高等等,是他们的天然劣势。这不单是特大



四川省江油市江虹线缆厂积极投入宽带和信息化建设,依靠进销存软件、生产物料管理软件控制成本,并通过淘宝、微信电子商务平台开展销售。图为工人正在电缆线生产线上工作。 陈静摄

## “鼠标+水泥”:产业转型新引擎

本报记者 陈静 谭辛

在城镇化的过程中,产业结构的转变不可或缺。但和基础设施建设与公共服务推进过程中信息化往往是“自上而下”的政策拉动不同,在城镇产业升级的过程中,“鼠标+水泥”成为农民和企业“自下而上”的自发需求。

在采访中种种“意料之外”给记者留下深刻的印象,信息化已成为城镇产业升级的重要“引擎”,在带来“真金白银”的同时,它也在产业承接和农民工返乡方面发挥出巨大的作用,甚至直接使新的产业集群在乡镇诞生。

调整升级的重要“引擎”,在带来“真金白银”的同时,它也在产业承接和农民工返乡方面发挥出巨大的作用,甚至直接使新的产业集群在乡镇诞生。

## “想不到”的民间专家

“我们和海信做了两年生意,从来没有见过面。”接过四川江虹线缆制造有限公司总经理李代金的名片,记者惊讶地发现,这个将工厂开在四川江油市偏僻郊区的企业主,名片上醒目地印有自己微信号的二维码。“我们地处大西南,客户包括海信、长虹、海尔这些国内著名的家电厂商,大家要不就是通过邮件下订单,要不就是作为供应商参与网上招标竞价,可以说,订单几乎都来自网上。”

同样让记者吃惊的还有四川北川莎朗文化旅游有限公司的总经理何国良,甫一见面,他先掏出手机请记者加上“云云羌”的微信公众号。“云云羌还有微博

账号,淘宝店,现在每年20多万销售额里,网上订单占了30%多。通过中国电信的光纤网络,大山里的手工艺品卖到了英国、加拿大。”

这些“民间专家”对信息化的热情和了解,正来自于“鼠标+水泥”带来的实打实的业绩。通过信息化,呈散点状分布在乡镇的工业企业有机会进入更广阔的市场寻找订单,从而发展壮大。但信息化能提供的帮助还不仅如此,它还通过产业转移进入新城镇的企业提升核心竞争力提供新动力。四川银犁冷链物流去年11月刚从成都中心城区迁到郊外青白江区,崭新的仓库矗立在一块荒

野之上。其董事长谢彬坦言:“企业外迁不能只靠惯性在规模上扩大,而应该抓住产业升级的机遇,信息系统要像灵魂一样注入进来,企业才能得到有效的提升。”在银犁冷链物流一期的10万平方米冷库中,投资500万元兴建的智能出库系统已经到位。用户只要在电脑上输入订单,就可以由牵引车自动拣出货物配送出库。谢彬告诉记者,一家使用这套系统的中等规模商户,一年库管成本至少可以节约100万元。

西安电子科技大学鱼滨教授表示,信息化引领城镇化,重要的一环就是为产业的转型升级提供服务和支撑。他建议可以将企业需要的共性普遍服务作为公共服务的一部分,“提供数据托管中心租赁和云部署,企业直接使用云服务,这样可以既用信息化武装城镇的中小企业,又可为它们降低成本。”

## 新渠道催生新产业

走在苏北徐州睢宁县沙集镇的大街小巷,耳边响起此起彼伏的“叮叮”声,那是电脑里“淘宝旺旺”有人发来聊天信息的提示音。曾经以废旧塑料回收加工为主业的“垃圾镇”如今已是全国闻名的“网店镇”,全镇经营板式家具的网店已从2011年的476家增加至3000余家,生产企业400余家。孙寒是其中最大的一家网店的店主,他这样形容电子商务给镇上带来的变化:“沙集镇农民工返乡率是100%,还至少有1000个空缺职位,镇上的美工和木工,工资比徐州市还要高。”

如果说民间专家们身上体现出的只

是信息化对单个企业的推动,那么依靠电子商务,更多分工细化、面貌一新的产业集群正在乡镇中生长起来。阿里巴巴集团研究院高级专家陈亮介绍说,在全国20个“淘宝村”里,网络销售使一半乡镇建立起全新的产业。除了沙集镇的板式家具,还有浙江省缙云县北山村的户外用品产业、山东曹县大集镇的儿童演出服饰产业、山东博兴县湾头村的草编产业……“和城市相比,农村开设网店甚至有天然的优势,一是快速复制商业模式的能力很强,容易形成规模;二是工作和生活可以融为一体;同时,在发展初期,不涉及房租

等,成本相对较低。”陈亮表示,信息化的介入,让村里人有机会“先行一步”。

“互联网带来的信息分享与信息的高速流通,还在帮助这些产业集群自我进化与转型升级。”陈亮表示。的确,孙寒就告诉记者,在沙集,大一点的网店如今都聘请了专职设计师,还注册了商标,有了自己的品牌。小小的乡镇网店,开始尝试主动拉高“微笑曲线”的两个嘴角。

不过仅仅依靠市场动力的自发增长,还是在途中遇到诸如人才、资金和场地等诸多“瓶颈”问题。陈亮表示,从他们的观察来看,各地政府正在努力参与其中。“比如在广东揭阳军埔村,政府帮助网店进行客服的统一培训,并开始建设物流快速基地;湾头村规划出了产业园;沙集镇则由政府出面,组织银行为网商们提供贷款。”

## 低线市场 或改变电商竞争格局

本报记者 陈静

电商平台的“战火”已从一线城市向下蔓延。京东集团CEO刘强东此前曾表示,京东上市融资的主要用途之一就是开拓三到六线城市。而阿里巴巴则在7月10日宣布了自己的渠道下沉战略,淘宝、天猫电器城、聚划算,将借助菜鸟物流标准化服务、手机淘宝二维码扫码购等,在全国2600多个县市开展大家电入户服务。国美在线则启动“超级国美月”大促,表示可在178个城市做到当日买当日达,并将把当日达逐步扩展到全国400个城市以上。

市场研究机构易观智库分析师赵梦蕾表示,电商平台对低线市场的开拓,其动力在于消费者对服务的需求日益增高,三四线城市购买力不断凸显。

不过,电商平台是否真能实现“进乡入村”,能否解决物流问题将成为其中的关键。京东的方法是让其自建物流的农村配送员回家开设“先锋站”,7月京东首批59个配送员回归乡村。而阿里巴巴则依靠日日顺物流和菜鸟平台的打通,将电商物流的前后端衔接起来。

对于像国美在线这样依托于传统家电连锁卖场的电商平台,其原有的仓储和配送能力或将成为竞争中的优势。国美在线董事长牟贵先喊出的“要用一年时间做别人五年时间做的事”的激进口号,其底气也正在于此。“目前国美在线有428个仓库能够实现线下配送。从物流成本来看,京东的物流费用占比在5%以上,而国美在线只有2%。以彩电为例,友商一台彩电的配送成本约为80元到120元,但依靠国美线下仓库的配送团队,国美在线一台彩电的配送成本仅有40元。”牟贵先告诉记者,从销售占比来看,国美一级公司所在的五六十个大城市和其他地区的销售占比约为一半一半,其在三线以下市场的销售比例高于其他电商平台。

中国社科院信息化研究中心秘书长姜奇平对记者表示,电商平台对低线市场的开拓,将进一步缩小多年来城市与乡镇之间的消费差距。对这片蓝海的开拓,也将有可能改变电商平台未来的竞争格局。

## 天地图2014版正式上线运行

**本报讯** 记者徐红报道:天地图2014版7月6日正式上线运行,与2013版相比,新版天地图的数据调用效率和运维便捷程度都大大得到提升。新版天地图首次发布了全球海底地形地貌图,同时还新增了多时相地图对比浏览和二维码识别等功能,用户可以充分了解一个城市或街道的过去与现在。此外,天地图还全面更新了国内外数据,如新增的非洲区域超过3300万平方公里的30米影像数据和西非地区150万平方公里的2.1米影像数据等,已在图中可见。

## 中国电信启动助学计划

**本报讯** 记者谭辛报道:7月10日,由教育部、中国电信、中国教育发展基金会共同发起的“飞Young青春,翼起梦想”助学计划在京启动。据了解,计划将面向全国500所高校的贫困新生,免费提供7万份总价值超过6000万元的“学子助学包”。其中包括海信大屏智能手机、含240元的飞Young云卡。此外,中国电信还将为贫困学子提供10000个勤工助学名额。中国电信集团公司副总经理高同庆表示,此举旨在让学生感受到社会关爱,为他们今后走向社会奠定良好基础。

## 搜狐视频引入《柯南秀》

**本报讯** 搜狐视频7月8日宣布成功购得美国夜间脱口秀《柯南秀》版权,将于暑期向网友推出。搜狐集团董事局主席张朝阳表示,海外卖家十分高兴见到中国在线视频盗版问题正得到逐步解决,而海外综艺已成为市场新热点。搜狐已在2014年初相继引入美国著名综艺节目《周六夜现场》与《艾伦秀》。而在美剧方面,其国内网络版权的价格也在大幅提高。搜狐视频正力求从受众和品类两方面走出同传统电视台和其他视频网站之间的差异化道路。(秦倩倩)

## 途牛网上线特卖频道

**本报讯** 记者陈静报道:休闲旅游平台途牛网7月9日宣布,其特卖频道正式上线。途牛旅游网CEO于敦德表示,目前特卖品类已覆盖包括爆款、尾货、零元购等多种形式的特惠旅游产品。在试运营期间,热门方向的多款产品创下诸如数百席位上线20分钟即被抢购一空、单个产品售卖速度低于1秒的纪录。他表示:“特卖频道的上线对无线端的拉动作用也十分显著,目前来自移动端的预定量已占到途牛总预定量的25%左右。”

本版编辑 徐红

## 互联网金融跨越“数字鸿沟”

刘报章

型国有商业银行的软肋,区域性的小型股份制金融机构,同样难以跨越这条“规模鸿沟”。

互联网金融从技术上摆脱了上述困扰。所有的网上交易活动都会留下痕迹,对这些痕迹数据进行跟踪整合分析,可以快捷准确地判断客户信用,确保资金安全。以阿里巴巴集团为例。该集团旗下第三方支付平台支付宝2013年单日交易笔数的峰值达到1.88亿笔,同期,淘宝店铺数量达到900万家,其中活跃的有300多万家。这些小微客户在阿里巴巴平台的认证与注册信息,访问、询价、交易、结算都会留下痕迹。这些留在虚拟世界里的数字痕迹,通过交叉分析,甚至比线下能够获得的交易记录更可靠。

因为有了基于大数据的筛选、评价,过去被传统银行认为风险极大的小

微企业的个人贷款,反而可以无需抵押、担保,单凭信用获得。即使需要抵押,互联网金融服务商也创制出了新的抵押物——网络订单,而无须抵押实物并对实物进行复杂的估值。

大数据技术使互联网金融的单笔业务成本大为降低,支撑了其单笔贷款额度的大幅下降。阿里金融负责人曾宣称说:“我们单笔信贷成本在2.3元,但是银行的经营成本可能在2000元左右。”他们经手的小额短期贷款,最低单笔金额只有几百元,贷期只有三五天。这样的“资金买卖”,传统银行肯定入不敷出,但阿里巴巴做起来却能有赚。事实上,阿里金融超过99%的信贷资源投放到了单户50万元以下的客户群体,而在传统银行,申贷金额只要在1000万元之内,就可以称为“小微企业贷款业务”了。

一位经营P2P网贷的老板明确地将目标客户定义为“三无”市场:第一是“无助”,互联网金融应该服务金融市场中“最无助”的群体,他们包括个人、小微企业或是个体工商户;第二是“无能为力”,要服务银行“无能为力”的客户;第三是“无奈”,互联网金融一定要服务社会财富分配中最“无奈”的群体。

由此可知,互联网金融并不会从根本上取代传统金融活动,但由于具备上述独特优势,所以它可以在传统金融机构未能覆盖的人群、未能覆盖的领域提供卓有成效的服务。这是新技术革命给金融服务市场后来者创造的机会,也是新技术革命给传统金融漠视的“小微”群体创造的机会。在这个最“势利”的行业,“逆袭”正在发生,“数字鸿沟”反而在数字技术的进一步冲击下变浅了。