新兴产业

互联网重塑传统行业

水乳交融 因网而变

本报记者 陈 静

互联网和传统产业间的关系正在发生变化。正如腾讯董事会主席兼CEO马化腾所说:“互联网不再独立于传统行业,而是像水和电一样深深融入社会的每个角落。”产品规划、生产流程、资源配置、服务模式、营销方式都在“因网而变”,传统行业不再考虑如何拥抱互联网,而是真正在与网络水乳交融。互联网发挥了什么样的作用?融合怎样体现?脱胎换骨后的传统行业又将呈现出怎样的面貌?首届世界互联网大会19日至21日在浙江乌镇举行,这些问题也成为与会嘉宾们热议的话题

对于北京康城出租车公司于占勇师傅来说,打车软件最大的好处并不是每天能抢到几单“好活”。“跟我搭班的司机住在离市中心20多公里的大兴西红门,以前交班过去基本放空,但现在一多半时间都能拉上顺路的乘客,没有打车软件,肯定做不到。”这样的经历,正是互联网对传统产业改造的一个写照。传统产业曾把互联网当做内容新出口,销售新渠道和营销新平台,凭借鼠标,传统行业似乎只是把过去能办的事办得更好。

而现在,互联网和传统产业间的关系正发生着深刻变化。

新媒体:个性化生存

一次调研令人感慨。人民网董事长马利今年4月来到厦门大学,“一个大学生告诉我,他们连新闻网站也不看,唯一获得新闻的渠道是打游戏的时候电脑右下角弹出的小窗口。后来我又看到一项调查,有八成用户是通过社交网络阅读新闻,连新闻网站都已经‘老’了”。百度副总裁朱光的感受与之类似:“和一些年轻朋友交流,他们就是通过社交渠道获取信息。”

清华大学新闻与传播学院教授沈阳认为,变化来自于用户行为习惯的改变。“每个用户每天平均有38次打开微信,每天摸到手机70%的选择是首先打开包括微博、微信在内的社交应用。传统媒体必须接受这种变化。”适应这种变化,就得接受互联网技术的改造。马利表示,这就需要依靠互联网技术提高新闻传播的效率。方法有两个,一是平台化,将文字、图片、音频、视频乃至投票、游戏等多种形式综合起来呈现新闻。在今日头条CEO张一鸣看来,“投票和游戏产生的互动是双向的,投票结果和游戏互动的过程,都是对内容的再一次贡献,这是内容分发渠道的创新。”

二是定制化,瞄准用户的个性化需求。朱光介绍说,利用互联网技术,传统媒体在个性化上大有可为。“比如话题定制,根据用户过去关注的内容推送相应的新闻;根据历史搜索分析感兴趣的领域;根据用户所在的地点推荐新闻。此外还有社交元素的补充。”

定制化也将为媒体带来新的营销资源。搜狐刚刚上线了其新闻客户端5.0版,搜狐董事局主席张朝阳告诉本报记者:“现在已经可以实现跨APP的识别,如果用户在客户端上定制了汽车的新闻,那么我们就会在他来看美剧的时候向他推送汽车广告。对于广告主来说,定制意味着精准地了解用户,关于用户兴趣参数的提供非常重要。”

上图:2014年11月18日,66岁的麻花店店主刘女士在展示刚刚使用支付宝完成的交易。 新华社记者 鞠焕宗摄

右图:2014年11月17日,在沈阳170路公交车站点,一名市民使用“掌上公交”查询下一辆公交车到达时间。 张文魁摄 (新华社发)

下图:2014年11月18日,智能穿戴设备扎堆深圳高交会。 新华社记者 毛思倩摄

新金融:颠覆式发展

一个故事出人意料。今年4月26日,青岛航空开通了青岛到成都的航线。但航线是否要开通,每张票卖多少钱却来自去哪儿网的决策。去哪儿网CEO庄辰超表示,通过对消费者搜索和采购行为的分析,能够建立起一个模型,从中得出需求曲线和供给的匹配程度。“青岛航空的这条航线第一天就满员,现在已有8家航空公司使用我们的投资决策服务,我们帮助供应链伙伴降低了投资风险,提高了资金的使用效率。”

除了消费者熟悉的第三方支付、“宝宝”类产品和在线销售的保险与理财产品,互联网金融的外延正在不断拓展,而这种创新几乎是颠覆式的。网信金融CEO盛佳表示,拿众筹来说,初创企业以开始利用这种形式进行商业推广。“它可以发现潜在的用户,帮助初创企业培养种子用户,也可以对接线上和线下的资源,成为品牌宣传的渠道。”

不过,对于国内的1800万家中小企业来说,互联网金融的价值依然主要体现在解决“融资难”上。腾讯今年夏天刚刚获得民营银行牌照,在腾讯微众银行行长曹彤看来,互联网与金融的融合,最根本的价值在于融资模式因之而变,而这也正呼应了“金融脱媒”的大趋势。“互联网金融的三个主要特征就是跨界的整合、大数据的运用和O2O的经营模式。不管是P2P还是众筹,其实都是将银行为中心的间接融资模式变为直接融资模式,间接融资模式受限于线下信息归集的限制,很难满足海量需求,但互联网可以将中小企业和个人消费者的财务数据、社交数据、交易记录等整合进来,从而提升金融信息传导的效率。”

新制造:运营大数据

一项速度令人吃惊。“今年‘双11’当天,凌晨三点我们收到客户的补货确认,2天之内就能交付客户,完全可以达到‘双11’七天之内到货的要求。”作为互联网女装品牌韩都衣舍的主要生产商,共创供应链创始人林恒毅告诉本报记者。互联网对制造业的变革,重要的表现之一就是电商模式“倒逼”产生的柔性供应链。“传统服装厂商3000件已经是小单,但我们的大货生产最少一批只有12件,还分3个颜色。小批量,多批次,快速补货的‘小多快’柔性生产,能帮助服装企业减少库存,而这正是建立在供应链的数据化基础上。”

所谓数据化,是指供应链与客户共同设计出的运营数据模型,可以根据网店中用户的浏览、收藏等数据,预估出产品在生命周期中的销量。“每天根据数据判断要不要翻单补货,确保产品都是卖得掉的畅销产品。”林恒毅表示。

共创供应链的故事,其实就是产业互联网对传统制造业的变革。信息网络技术的广泛应用,可以实现生产系统的智能分析和决策优化,使智能、网络制造、柔性制造成为生产方式变革的方向。

宽带资本董事长田溯宁表示,产业互联网其实就是将劳动密集型行业转变为数据密集型行业,而制造业和互联网的结合才刚刚开始。在未来,众包设计、智能制造、个性化生产还将为制造业带来全新的面貌。

“比如未来我们可以首先上网搜索数据包,直接在线上请设计师按需修改设计,再在网络上寻找生产商,直接靠3D打印就可以生产,消费者就能拿到想要的东西。”信息学者、科技作家涂子沛对明天满怀期待。

新兴论苑

融合何以出现?

安 之

本届世界互联网大会有一半嘉宾来自海外,从他们对本国互联网产业发展现状和对中国互联网产业的评价来看,我国互联网产业不仅在发展水平上处于世界前列,同时在发展方向上也出现了鲜明的特色:和美国由大企业主导的互联网经济相比,中国互联网产业和传统产业广泛结合,特别体现在对消费的整合和改造,和直接以消费者为目标展开的种种服务上。

然而,中国互联网产业为何出现了这样的特色,传统产业因何能因互联网显现出蓬勃的活力?

从基础设施来看,网络基础设施建设不断推进,特别是移动互联网近年来取得了飞速发展,3G的普及,4G的迅速推开,移动互联网让用户能够随时随地使用网络服务;而对于广大农村网民来说,智能手机更是打破“数字鸿沟”的最重要渠道。

从线下的表现来看,我国市场广阔,消费者的需求相当分散,线下流通业难以深入到低线市场,医疗、教育、金融等服务“信息不对称”,在线下,消费者日益提升的个性化需求难以得到满足。

在用户方面,“90后”被称为“数字时代原住民”,他们已习惯了使用互联网生存,用淘宝“逛街”,用微信支付和支付宝交纳水电煤气费,对互联网有天然的接受度,习惯通过网络来寻找和使用各项服务。随着他们日益成为消费的主体力量,因网而生的需求也更加明确。

与此同时,帮助传统行业“触网”的支撑环节也在不断完善,使创新服务方式的瓶颈逐渐消失。拿正在兴起的跨境电商来说,跨境物流和全球支付体系的完善,为其发展提供了基础条件,在物流数据追踪和第三方网络支付方面,我国也处于世界先进水平。另一方面,政策支持也为传统行业与互联网的融合创造了条件,拿金融监管来说,无论是对P2P监管原则的明确,还是民营银行牌照的发放,都体现出既包容又有底线的监管理念。

互联网曾被称为传统产业的“翅膀”,但现在,它已融合进传统产业的神经系统,从根本上改变着线下产业的思维方式和商业模式。

行业观察

互联网改造中国传统产业

麦肯锡资深董事合伙人 布鲁诺·罗伊

2010年,麦肯锡国际全球研究院的一份报告显示,中国互联网经济占GDP3.3%,低于发达国家,但到了2013年,这个数字变成了4.4%,处于全球领先地位,从比例上看甚至超过美国。

过去的中国互联网发展以消费者而非企业为导向,在企业使用互联网方面中国落后于美国,截至2012年,中国的中小企业只有约25%在使用互联网从事诸如采购、销售和市场营销等工作。但这种情况将会发生改变。未来互联网将帮助中小企业优化业务运作,找到新的协作途径,并且通过电子商务来扩大自己的影响。

这些变革正影响着中国的传统产业,并带来劳动生产率的提升和效益的提高。通过释放企业的生产潜力,互联网可以帮助中国建立可持续发展的经济模式。

从行业来看,我们主要关注了6大行业即将出现的变化。在消费电子行业,互联互通的终端设备将更丰富,能够通过物联网远程控制的智能家电将得到快速发展。在汽车行业,互联网将被用来优化其供应链。在金融服务行业,大数据将被用来进行银行的优化。在农业方面,互联网将帮助高科技取得进展。在医疗行业,互联网的应用将打破资源的不均衡,帮助农村人口得到更好的医疗服务。在房地产行业,开发商也可用互联网来采购建筑材料、设备和内饰材料。

我们认为,到2025年,互联网对中国传统行业的改造将取得重大的进展,当然这取决于企业接受互联网的速度和范围,以及相关互联网基础设施的建设速度。但即使保守预测,到那个时候,互联网依然能够帮助中国的GDP取得4万亿元以上的增长,甚至有可能会在中国GDP总体增长中占据20%以上的份额。

互联网对传统产业的改造,同样会带来就业市场的变化,尽管因为生产优化,会有一些工人失业。但与此同时,互联网也会创造新的市场、产品和服务,并使资本更高效率地配置,从而产生新的岗位,总体上看,互联网将对传统产业的就业产生积极的影响。 本报记者 陈 静整理

给石油管线安上“云大脑”

本报记者 祝君壁

“泄漏自动报警、地质灾害提前预警、专家系统管线维护、可视应急救援……”你能想到的云计算、物联网等新技术统统用在管线上,给管线安上“云大脑”,这正是继“智能油田”和“智能工厂”建设之后,中国石化将在管线上应用的又一智能化管理系统。

世界工业发展正在进入智能化阶段。在经历了机械化、电气化、自动化阶段后,作为世界五大运输方式之一的管道运输,也在向智能化方向发展。

数据显示,我国陆上油气管道总里程已经达到12万公里,可以绕地球三圈。截至今年5月底,据国家安监总局披露的数据显示,这些管道共排查隐患29436处,平均每10公里就有2.5处隐患,可见我国管线的智能化管理还处于发展初期。

近日,中国石化集团公司召开智能管线管理系统建设项目动员会,正式启动智能管线建设项目试点工作,在管道储运公司、天然气分公司、燕山石化等7家单位试点建设“标准统一、数据一致、互联互通”的智能管线管理系统,预计今年12月30日前完成试点工作。2015年1月将在中国石化范围内全面推广,2015年5月1日正式投用。

据相关负责人介绍,中国石化智能管线是以油气管道为基础,利用地理信息系统(GIS)、电子标签(RFID)、云计算、物联网等技术,通过采集、获取、动态分析管线的各类空间、属性和生产数据,为管理决策、风险监控和现场操作提供支持,实现“油气流、信息流”一体化融合的现代化管线。

据悉,智能管线具有标准化、数字化、可视化、自动化、智能化5大特征,同时具备资源优化、运行管理、风险管控、应急救援、信息共享5大功能。

此外,智能管线将实现“五大转变”。一是管线资料由分散、纸质化向集中、数字化转变;二是安全管控模式由被动向主动转变;三是管线生产运行管理由相对独立向共享协同转变;四是资源调配由局部优化向整体优化转变;五是管网信息系统由孤立分散向集中集成转变,全面支撑管网“安全、绿色、低碳、科学”运营。

我国信息化发展态势良好

本报讯 记者李佳霖报道:日前,记者从赛迪智库信息化研究中心获悉,2014年第三季度,我国信息化发展态势良好。信息网络基础设施建设步伐明显加快,信息技术创新应用进入快速深化阶段,移动政务服务悄然兴起,智慧城市应用于公共服务、城市建设等多个领域,信息消费的新思路、新模式取得明显成效。

截止到2014年8月31日,3家基础电信企业互联网宽带接入用户净增922.2万户,总数达到1.98亿户。移动互联网用户总数达到8.79亿户,同比增长6.2%,比上年末净增7192.1万户。今年上半年,全国信息消费整体规模达到1.34万亿元,同比增长20%。

今年第四季度,我国各地加大宽带网络建设力度,进一步推动“宽带中国”战略落地实施;社会对公共信息资源需求日益迫切,其经济价值愈发凸显,微博、微信等移动政务服务将成为政务服务新渠道;4G终端市场将带动信息消费新的增长;从中央到地方,各级政府高度重视信息技术在企业的应用,企业信息化进程加快。

TDD终端高峰论坛举办

本报讯 记者王轶辰报道:由TD产业联盟与中国移动共同主办的TDD终端高峰论坛日前召开。本次论坛旨在提高TD产业创新的国际交流合作水平,推动国内TD终端产业国际化发展,加快TD产业各企业“引进来”和“走出去”步伐,推动国内终端厂商进一步走出国门、迈向世界。

来自包括俄罗斯Antares、印度Bharti、加拿大BELL、巴基斯坦PTCL、泰国TRUE、新加坡Singtel、阿联酋ET等在内的亚太、非洲、中东、欧美运营商30余家高管参会。国际运营商希望借助中国成熟发展的终端产业链,支撑其在本国的TDD网络建设和发展,并洽谈后续合作方式。

全球4G进入快速发展期,尤其是中国自主知识产权的TD-LTE近年来加快了全球化商用的步伐,网络覆盖范围不断扩大,技术创新取得显著进展,完整产业链已经形成,TD-LTE终端和芯片产业呈现出加速发展的势头。终端方面,全球TD-LTE终端生产厂家和终端型号都迅猛增加。

截至2014年6月,全球已有172家厂商推出了782款TD-LTE终端产品,较去年同期增长了223%,占全球LTE终端型号总量的41.4%以上,TD-LTE终端累计出货量已超过3022万部。芯片方面,TD-LTE芯片发展进度超过预期,产业日趋完善,实现了多模多频产品的多厂家供货。目前全球TD-LTE芯片厂商已达14家,上半年TD-LTE芯片累计出货量达到4700万片。

本版编辑 杨国民 童 娜