

互联网+ 风来了怎么飞 传统行业都得了互联网焦虑症

■ 孙冰 报道

编者按

风真的来了!

互联网与传统行业的融合并不是一个新鲜的话题,因为它每天都在真切地发生——互联网+零售、互联网+通信、互联网+金融、互联网+交通……其所产生的震波巨大,已经使许多传统行业对于互联网的态度从最初的质疑、抗拒和博弈,转变为接受、渴望和拥抱。

但是,BAT(即百度、阿里巴巴、腾讯)使浑身解数给传统行业灌下的“商业鸡汤”,终究没有李克强总理掷地有声的一句话给力。“互联网上流行的一个词叫‘风口’,我想,站在‘互联网+’的风口上顺势而为,会使中国经济飞起来。”在今年全国两会的中外记者招待会上,李克强这一席话过后,资本市场至今仍在兴奋之中。

此外,“互联网+”还首次被写进了今年的政府工作报告。李克强指出,要制定“互联网+”行动计划,推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合,促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展,引导互联网企业拓展国际市场。

在3月27日举行的国务院政策吹风会上,国家发改委副主任林念修向外界透露,发改委正在牵头制定具体的“互联网+”行动计划,以达到“利用互联网的优势,加快促进传统产业转型升级和提质增效,并通过融合发展培育新的业态,培育新的增长点”的目的,而被明确点名提到的“制造、农业、物流、能源、生产和生活性服务业以及公共服务”等领域已经开始摩拳擦掌,准备提前“起飞”。

企业家的呼喊、专家的论道、风投的急切、股市的热捧、媒体的分析和民众的讨论夹杂在一起,制造出一个巨大的风口。“互联网+”被寄予厚望:不仅是未来实现中国经济转型和产业升级的利器,还被认为大众创业、万众创新的重要方向,甚至是中国在“工业4.0”时代弯道超车欧美日韩的“唯一机会”……总之,“互联网+”似乎让中国经济充满了新的想象力。

那么,重要的问题来了:风来了,怎么飞?

不是神器,是武器

专家建议,地方政府应着力于“互联网+”的基础设施建设

3月12日,全国两会还没有结束,阿里巴巴集团研究院便发布了《“互联网+”——中国经济新引擎》的研究报告,这份报告也是第一份比较全面深入的关于“互联网+”的产业研究报告,对各个行业“互联网+”的现实与前景进行了分析。在阿里巴巴集团副总裁高红冰看来,以互联网为代表的信息技术不断成熟,经济性、便利性和性价比越来越高,并作为一种基础设施被广泛安装在数亿人群和产业中间。在未来5-10年,继传媒、广告、零售业之后,交通、物流、本地生活服务、批发和产业集群、制造业、农业、金融、房地产等行业会完成在线化、数据化,出现“互联网+”的热潮。

“比较容易被突破的领域:一是行政垄断比较少、市场化程度比较高的领域,比如零售、餐饮、物流;二是供需发生转换,供大于求的领域,例如,如果房地产供求关系发生反转,也会加速其互联网化;三是问题较多、老百姓不满意、信息化水平低的行业,比如城市交通、医疗领域。”高红冰说,“比较难突破的领域是行政垄断壁垒高的行业,比如金融服务、能源(例如汽油零售)和通信。这些领域取决于放松管制的进程。”

资本市场早已激动起来,记者只是粗略查询了一下,就找到了数十份关于“互联网+”各个行业的投资分析报告,里面极尽各种溢美之词,鸡汤浓郁,灿灿收益,宛若可见。从去年年底,伴随着资本市场的这一波牛市,有互联网概念的股票涨了10倍以上的比比皆是。

“还是要警惕‘互联网+’的泡沫化,我们现在经过前期的爆发期和导入期,加上总理提出‘互联网+’,已经有点儿进入‘互联网+’的狂热时期,狂热时期容易产生泡沫,风投疯狂在往互联网相关产业进行投资,泥沙俱下。”中央财经大学互联网经济研究院副院长欧阳日辉告诉记者,“特别是地方政府会进入‘互联网+’,我希望地方政府搞明白‘互联网+’不是想加就能加的,应该把精力放在‘互联网+’的一些基础设施建设上面,不要把自己的位置搞错了,不要把‘互联网+’就理解成为招商引资方面的事情。”

于杨认为,从蒸汽机、电力、计算机到今天的互联网,每一次技术革命都会有一个矫枉过正的过程。最先采用先进“武器”的企业取得了好的效果之后,很多人会去追逐,认为是工具本身具有神奇的作用,于是大家从不重视这些先进武器到开始纷纷全面布置,但也会片面夸大工具的作用,战争胜负的最终决定因素并不是武器。

“现在,互联网正处在一个从不重视到放在神坛之上的过程,很多人觉得互联网就是‘核武器’,可以无往而不胜。这种情况下,确实会有一些泡沫,但还是良性的泡沫。虽然,泡沫会产生一些冗余,但是整个社会的基础设施和生产率还是在提升的。比如,2000年美国的互联网泡沫就是这样,虽然好多企业倒闭,但是提升了信息高速公路的基础建设,后面美国互联网的发展要感谢那次泡沫的。同样,这次‘互联网+’为中国经济的发展留下深远的影响。但短期看,企业还是要注意,不要自己忽悠自己。”于杨说。

总之,无论是市场驱动,还是国家驱动,互联网再也不会是马云、马化腾、李彦宏在琢磨的事情,也是一场全民迎接“新世界”的运动。或许有一天你会突然意识到,没有人再去讨论什么互联网,因为互联网已经把它自己编织进日常生活,你已无从发现。

从0到1给人们带来的震撼要远大于从1到10,虽然后者看起来要比前者变化得更多,但是从0到1才是创新的本质,其中蕴藏的机会也更多。可能现在互联网给我们带来的变化正在一个从0到1的过程里面,这个变化看似非常的微小,但却在预示着后面从1到N的方向。

社会的改变并不是匀速的,并不是每一代人都能看到历史,很多人穷其一生在历史书里都占不到一页纸,但今天这个时代,因为互联网,一定会是未来历史书里浓墨重彩的一个章节,就像曾经的大航海和曾经的文艺复兴。所以,我们很幸运,我们生活在这个大时代。(本版来源据《中国经济周刊》)

什么是“互联网+”?

关于“互联网+”是有官方解释的,而第一个“翻”出它,并将它发到了微博上的人,是小米公司的董事长雷军。

在今年全国两会上,国家发改委提交的《关于2014年国民经济和社会发展计划执行情况与2015年国民经济和社会发展计划草案的报告》中,对于“互联网+”给出的名词解释是:“互联网+”代表一种新的经济形态,即充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用,将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中,提高实体经济的创新力和生产力,形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。

具体来讲,由国家发改委牵头制定的“互联网+”行动计划,将重点促进以云计算、物联网、大数据为代表的新一代信息技术与现代制造业、生产性服务业等行业的融合创新,发展壮大新兴业态,打造新的产业增长点,为大众创业、万众创新提供环境,为产业智能化提供支撑,增强新的经济发展动力,促进国民经济提质增效升级。

雷军说,他把这些表述读了很多遍,因为希望搞清楚从政策层面上看,究竟什么是“互联网+”?这种提法的背后又意味着什么?“两会过后‘互联网+’火了,这个词三年前在圈子里就提了,现在好多人都在争这个词的发明权呢。”在一个以“互联网+中国经

济”为主题的研讨会上,记者见到了中国信息经济学会信息社会研究所所长王俊秀,他告诉记者,“估计接下来对于‘互联网+’的内涵还会有一轮挖掘。”

在“圈子”里,“互联网+”讲得最早最多的,非腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾莫属。早在2013年,马化腾就开始在各种场合下倡导“互联网+”。

“互联网就像我们这个时代的电一样,过去有了电能让很多行业发生翻天覆地的变化,现在有了互联网,特别是移动互联网,每个行业都可以拿来改造自己。互联网已经成为所有行业新的‘工具’和‘生产力’。”马化腾在全国两会期间接受记者采访时表示,作为全国人大代表,他提交的建议便是把“互联网+”上升为国家战略。

当听到总理在政府工作报告中提到了“互联网+”,马化腾非常振奋,他认为已经有很多传统行业因为互联网而发生了改变,而接下来会是互联网和传统产业的深度融合,这个不仅是我国经济转型和产业升级的重要机遇,还能促进大众就业和创业,同时可以提升公共服务水平,极大方便人民生活。

中科院大学管理学院教授、网络经济与知识管理国家研究中心主任吕本富在接受记者采访时也对总理及报告给予了高度评价:“确实没想到,今年的两会李总理会在政



府工作报告中引用‘互联网+’这个比较前卫的词,我们的领导人值得点赞,这也意味着互联网确实已经进入主流了,而且很主流。”他认为,最高决策层提出“互联网+”,也是对国际一些产业发展方向的回应,比如说美国提出工业互联网(工业互联网希望通过智能机器间的连接并最终将人机连接,结合软件和大数据分析,重构全球工业、激发生产力),德国提出工业4.0(工业4.0是德国政府提出的一个高科技战略计划,旨在提升制造业的智能化水平,建立具有适应性、资源效率及人因工程学的智慧工厂)。

在吕本富看来,“互联网+”会形成信息时代的核心生产力,“互联网+”在政府工作

报告中是一个动词而不是名词,是要通过这个行动改造传统制造业、提升中国经济,和新常态相呼应。

阿里巴巴集团副总裁、阿里研究院院长高红冰告诉记者:“‘互联网+’的本质是传统产业的在线化和数据化。网络零售、在线批发、跨境电商、快的打车、淘点点所做的工作,都是努力实现交易的在线化。只有商品、人和交易行为迁移到互联网上,才能实现在线化,而只有‘在线’才可以实现数据的沉淀、积累、挖掘和使用,在线化、数据化之后,才可以通过大数据反过来指导生产经营和管理。”

怎么“+”?

当淘宝“双十一购物狂欢节”一天成交额超过570亿,而全国主要零售商去年关店数增加了470%;当余额宝一年时间就成为全国规模最大的货币基金;当从来不用信用卡的大妈们也学会了在超市用支付宝付款;当微信的月活跃用户数超过5亿,而通信运营商开始告别高速增长;当百度超越中央电视台,成为中国最大的广告平台……

很多传统行业都得了的一种叫“互联网焦虑症”的病,他们对未来充满前所未有的恐惧感:如果互联网侵袭到自己的行业里,就像它已经颠覆了零售,改变了金融,刺激了交通、影响了文化、颤抖了媒体那样,我该怎么办?他们急切地想知道:自己如何才能加上互联网?

“过去我能明显感受到两种观点的交锋,一些人对于互联网很焦虑、很着急,而另一些人则认为所谓的互联网思维是骗人的。但现在,大家已经变得比较客观和理智,有几个方面已经有了共识。首先,大家都认可所有的用

户都跟互联网有关,传统行业一定考虑产品如何在线上销售;第二,大家都觉得要把自己的产业链打开,不是简单地平移到互联网上,而是看哪个环节可以通过互联网降低成本和汇集人气;第三是已经有越来越多的传统企业找到了跟互联网相关的创新点,比如汽车电子接入互联网,在线提供服务。大家开始慢慢看到新的商业模式和更大的格局。”科大讯飞董事长刘庆峰告诉记者。

对于传统行业来说,讯飞属于“互联网+”的“工具”提供方,传统行业可以把讯飞的语音和人工智能解决方案嵌入到自己的产品中,让自己的产品变得“能听会说”。

刘庆峰举了玩具产业的例子。他说产业升级,从中国制造到中国创造是我们说了很多年的事情,要增加产品的附加值,不能只赚那一点儿辛苦钱。但是,现在中国的人口红利和劳动力成本优势在渐渐消退,东南亚的制造业成本更低。受此影响再加上金融危机,中国玩具制造业遭遇寒冬,大批的玩具

厂商倒闭,后来很多玩具厂商开始开发智能化、网络化的新产品,比如能听会说的娃娃,产品在欧洲非常受欢迎,这样就摆脱了和东南亚进行低端而残酷的价格竞争的窘境。

当然,这个“+”也需要一个逐渐深入、循序渐进的过程。易观国际集团董事长兼CEO于杨告诉记者:“互联网与传统行业的融合一般会经历四个阶段:一是营销的互联网化,在互联网上进行更高效、更精准广告宣传;二是渠道的互联网化,比如电商将零售渠道从线下移到线上;三是产品的互联网化,比如智能手机、互联网电视、智能家居等;四则是当下正在进行的运营的互联网化,使得企业全面转向数字化和网络化。”

于杨透露,易观去年曾经帮助上百家传统企业做互联网化,实践中的教训很多,非常有体会。

他认为,“互联网+传统行业”的时候容易出现三个误区:一是过度夸大了互联网的作用,互联网作为一个工具与传统产业结合

的时候,更多的是去改变传统行业的“低效率”,诸如供应链、客户服务、营销、协同通路……并没有一个标准答案。“很多企业盲目地去照搬小米的模式,其实最后都是走不下去的,就是因为忽视了行业本质,没有真正把互联网与行业本质结合起来”。

二是“+”号的两端是两张皮,只是简单做个形式,比如在互联网做营销、投广告、卖商品,认为就是互联网化了。“互联网+”的本质是用互联网工具逐步把企业内外价值链全部数据化,企业的互联网化一定会经过营销、渠道、产品走到运营,运营的互联网化完成之后意味着“互联网xx”的完成,这需要对组织、团队进行彻底改造。

三是数据价值没有挖掘。于杨表示,“企业在互联网化过程中产生了大量数据,本来这些数据可以作为企业科学决策的支撑,但是企业还是延续过去的决策体系,还是采用‘望闻问切’的中医决策方法,而不是基于大数据的量化决策。”

而实际上,淘金的业绩表现确实非常出色。从2009年12月31日的基日计算,五年的收益率超过572%;2014年全年的收益率超过116%;2015年第一季度的收益率超过41%。据测算,2009年至2014年,淘金的年化收益率约为54%,远超同期的上证综指、沪深300等大盘走势。

不仅要“加”还要“乘”?

“‘互联网+’不是说把两个行业简单贴在一起,一定要对原来各种要素进行重组”去年底,60岁的东软集团董事长刘积仁的互联网医疗项目获得了37亿元的投资,这创下了国内该产业的融资额之最。尽管互联网创业被视为是80后、90后的天下,但是作为50后的刘积仁认为年龄不是问题,观念才是。“‘互联网+’一定会从‘+’变成‘x’。”刘积仁说,两个行业做乘法一定会比加法产生更多的价值。

基于这样的认识,刘积仁看好互联网与医疗行业做出的乘法。他认为,中国在改革开放30多年间,最大的变化是基础设施的变化,包括电力、交通、物流等,这使得中国企业在全球的竞争力得到了极大的提升。而互联网是一个巨大的“基础设施”,它会使得企业发展的商业模式、技术平台和商业空间都发生巨大变化。

“‘互联网+’可能不仅仅是简简单单的‘加’,‘互联网+金融’,‘互联网+教育’,‘互联网+卫生’,这种简单的‘加’只是物理反应,但我们需要的可能是化学反应,不是把两个行业简单贴在一起就完事了,一定要对原来各种要素进行重组。”吕本富说。

法,只是在网上多了一个基金的销售渠道,基金本身还是用传统方式来开发、运营、管理。但是,‘互联网+’不仅要‘加’还要‘乘’,需要发生真正的化学反应,而非简单的物理叠加。”博时基金指数投资部总经理助理汪洋告诉记者,他说博时基金和蚂蚁金服合作的中证淘金大数据100指数(下称“淘金100”)就是一款“乘”出来的产品。

淘金100依托蚂蚁金服的大数据平台,基于海量的互联网电商交易大数据,来预期一个行业未来盈利状况,预判一个行业的繁荣程度,并在此基础上选取100只股票形成投资组合。

据汪洋介绍,作为一个基金经理要选择投资哪只股票时,传统方式要先去公司实地调研,然后分析财报,和“小伙伴们”集体决策,认定有价值后这只股票才能进入公司的基金池,这个过程短则一个星期,长则一个月。但是资本市场瞬息万变,几天就可能错过几个亿。

“最近,一家叫Genscape的公司成为了华尔街的新宠,很多PE趋之若鹜,它雇佣了一批摄影员拿热感摄像机,在美国上空检测石油公司的储油桶里实际还剩多少油,回去把这些数据进行加工和整合,就能提前预知

真正的油耗情况,这样就可以做到早于政府发布的数据数周甚至数月评估经济情况。”汪洋说,这对华尔街来说价值是巨大的。

而阿里巴巴这种超级电商平台产生的数据也有类似的作用,可以成为经济的“气象站”。“蚂蚁金服日处理数据量超过30PB(计算机计量单位,1PB约合4千亿页文本),相当于5000座国家图书馆。我们目前已经能够覆盖30余个行业、1700家上市公司,也就是说大致覆盖了70%的上市公司。另外,蚂蚁金服也会整合内外多个数据源,比如恒生为我们引入统计局相关数据以及资本市场股票的相关数据,甚至通过外部很多金融机构的合作,给我们引入包含类似海关、专利、小额贷款等行业价值分析的因子。”蚂蚁金服服务集团金融事业部产品经理沈洲告诉记者,未来蚂蚁金服会建立各个行业的景气指数,像气象站一样“预知”各个行业的阴晴冷暖。

沈洲给记者举了一个白酒行业指数的例子。中央颁布八项规定之后,白酒在实体商业中的销售表现首先下滑,但是传导到二级市场要晚很多,所以淘金100的白酒指数先于股票指数三个月就见底了,对于基金公司来说,这三个月的意义太大了。

