



电子商务与智能物流

焦志伦 南开大学经济与社会发展研究院

互联网革命及其发展路径



大致时间	历次革命	主要标志	主体部分	作用领域
16~17世纪	第一次科学革命	新物理学诞生	哥白尼学说、伽利略、牛顿力学	近代科学的形成和发展
18世纪中后期	第一次工业革命 第一次技术革命	蒸汽机和机械	纺织机、蒸汽机、工作母机	冶金、技术、轮船、火车
19世纪中后期	第二次工业革命 第二次技术革命	电力和内燃机	发电机、内燃机、电讯技术	石化、钢铁、电器、运输
20世纪上半叶	第二次科学革命	相对论与量子论	相对论、量子论、射线和电子	天文、粒子、遗传、地学
20世纪中后期 至今 (互联网革命)	第三次技术革命	电子、计算机、 材料和生命科学	电子、计算机、网络、传感	核能、航天、自动化、生物
	第三次工业革命	互联网普及应用	互联网、云计算、大数据、 物联网、3D打印	制造、服务、生活、社会

- 互联网革命是技术革命基础上的工业（产业）革命。
- 互联网革命的技术路径：桌面互联网→移动互联网→局域**物联网**→整合物联网
- 对社会经济的影响路径：工具和要素、流通渠道、基础设施、产业业态、经济生态



哪些“黑科技”正在发展



- 互联网
- 物联网、传感网
- 3D打印
- 云技术：云计算、云存储
- 大数据
- VR、AR
- 深度学习（机器视觉、人脸识别）
- 纳米芯片
- 机器人



互联网和电商怎么改造商业？



变革领域	变革方向	具体表现
信息获取模式	信息泛在及去中介化	全时、全域、短链
产业组织模式	去中心化和平台整合	多边市场平台下的簇群市场结构
服务产品特征	长尾化、极致化和体验经济	消费者主权，娱乐化
盈利模式特征	间接化、多维度化	“羊毛出在猪身上”、“降维打击”
商业决策特征	大数据化	精准广告、动态战略
产品创新特征	迭代更新与大众创业	UGC，自媒体，自组织，低成本
市场营销特征	社会化媒体和搜索引擎优化	口碑、关系、社交、SEO
市场竞争特征	跨界竞争与过顶传球	“颠覆你，与你无关”
资源组织特征	内部创业、众筹与共享经济	Slash，“兼职经济”，众筹



信息获取的泛在化和交易流程“去中介化”



- 商业信息全时化、全域化、即时化和碎片化
 - 无限产品、无限长度货价
 - 第一屏、首焦、钻石展位、轮播、钻展成为有限资源
 - 快捷的碎片化购买
- 多终端泛在感知和智能反馈造就“泛在化”的信息世界
 - 造就“场景化”消费
 - 旅途中订房；买单时团购；下飞机叫车
- 供应链的“去中介化”时代
 - 部分代理商的噩梦
 - 哪一部分？



产业组织的“去中心化”和平台整合



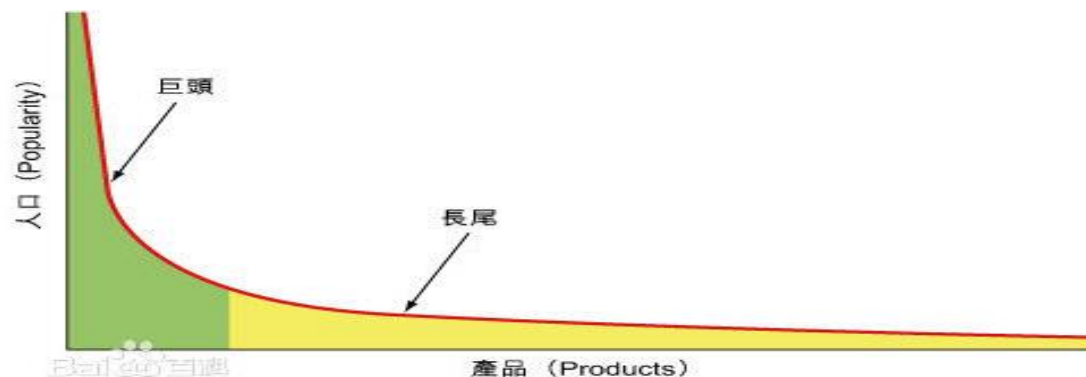
- 互联网平台帮助“小散乱差”的低集中度产业实现平台整合
 - 速卖通、敦煌整合小生产和外贸企业；
 - 卡行天下、云鸟整合小公路运输企业；
- 新的市场整合方式？新的市场垄断？新的政府管理？
- 去中心化
 - 草根发声，用户口碑，传播渠道多元；
 - 新的核心企业：平台替代传统垄断企业核心；



产品长尾化、极致化和体验经济



- 创新服务产品，重塑服务业态，构筑消费者主权
 - 好评对排名的影响、口碑对销售的影响
 - 晒产品对二次购买的影响
- 体验经济
 - 优质的产品和服务；
 - 简洁、友好的服务界面；参与感强、趣味性高的销售和服务设计；创新的商业营销模式；线上线下的铁杆粉丝群
- 长尾产品、服务推动亚文化群消费



长尾理论认为，当商品流通展示场地和渠道足够宽广，任何以前看似需求极低的产品都会有人买



盈利模式间接化、多维度化



- 互联网平台多边市场更加普遍，企业盈利模式更加多元、隐蔽；
- 互联网免费甚至烧钱模式的背后，存在盈利多元化的支持；
- 如淘宝平台为买卖双方提供很多免费服务，但依靠精准流量排名收费获得盈利
- 腾讯QQ，奇虎360在免费服务获取大量用户，对少量用户提供收费服务获得“降维”盈利



商业决策的大数据化



- 大数据？
- 互联网平台允许企业积累用户微观行为层面的数据，进而提前决策
 - 例如菜鸟“双十一”期间城市分仓提前备货；
 - 芝麻信用评分与征信行业变革；
 - G7货运人平台；
- 大数据成为企业开发产品、制定战略的依据，企业战略更加动态化
- 未来物联网环境下，数据还将进一步丰富
- 传感网支持下的大数据将成为商业决策的核心要素



产品迭代创新和大众创业



- “用户生成内容（UGC）”使互联网平台具有一定自组织性
- “云服务”、“代运营服务”和“SaaS”等使服务产品更新的成本大幅下降
- 借助大数据提升的对用户观察的能力，服务商主动迭代，服务产品生命周期缩短
- 大众创业源自创业门槛的降低和风投的推动
 - 互联网革命的风口
 - 政府的助推
 - 风险投资的赛道策略
 - 对行业的影响
 - 对盲目入行的人的影响



内部创业、众筹与共享经济



- 原因：供求信息能够快速、实时、精准、低成本匹配
- 共享经济：众筹
 - 互联网众筹模式下的项目融资，整合小额资本投资项目
 - 众筹网平台的小额创业投资支持项目；“轻松筹”的捐款项目
- 共享经济：众包
 - “滴滴出行”利用碎片化社会资源提供专车、顺风车、代驾服务
 - “分答、在行”的知识共享和P2P服务
- 共享经济：兼职
 - 未来的工作形态？
- 联想、海尔的内部创业，阿米巴组织
- 你还知道哪些众筹项目？



互联网对商业的其他影响



市场营销转向社会化媒体和搜索引擎

- 利用互联网和各类社交媒体、社交网络平台进行营销逐步取代了传统平面媒体
- 利用互联网搜索引擎进行搜索引擎优化（SEO）成为营销领域的重要组成部分
 - 例如垂直网站型的电子商务平台都在投入大量营销费用利用百度、google、等平台进行搜索引擎引流营销。

竞争模式转向跨界竞争

- 行业内竞争转型跨界竞争，竞争对手来开始自视野之外
 - 例如数码相机取代胶片相机后，其中低端市场被来自手机的拍照功能跨界替代
 - 新技术革命加速进展中，跨界竞争最容易出现



讨论：你所认为的互联网改造商业



- 从改造消费者行为出发；
 - 从改造全社会信息获取方式变化出发；
 - 从改造人，改造年轻一代出发；
 - 从改造道德、文化出发；
 - 从行业新业态的发展出发；
 - 从支付方式出发；
-
- 除了互联网，智能IT技术发展也会改变商业；
 - 记得那些黑科技吗？你也可以定义（kong xiang）未来商业；





- 完毕，Q&A
- 预习：我们讨论快递行业

