

# 物联网时代下的企业经营

冯端,康璐

(四川商务职业学院 商务管理系,成都 611131)

**摘要:**在金融危机影响背景下,针对新兴技术——物联网的发展热潮,文章着重研究物联网时代到来时,企业经营应当关注的发展方向与策略问题。作者提出了物联网环境下企业经营的特点,分析了如何利用这些特点调整经营发展方式,同时重点讨论了中小型电子商务企业如何利用自身优势加快发展,从而探索变革时期我国企业经营结构调整的方向与思路。

**关键词:**物联网;电子商务;企业经营

**中图分类号:**F715

**文献标志码:**A

**文章编号:**1672-8580(2011)02-0025-03

## 一、引言

当前,金融危机的影响还在不断蔓延,各国政府、企业纷纷采取措施,以图化逆境为顺势,转被动为主动。而每一次大危机,都会催生一系列新兴技术。新技术也是使经济走出危机的巨大推动力,往往又会引发新的商业变革。金融危机以来,相关国家已在试图通过“物联网”走出经济泥沼。2009年初,美国总统奥巴马就职后,将“新能源”和“物联网”列为振兴经济的两大武器。而我国也开始加速推动“物联网”的发展进程。2009年8月,温家宝总理到无锡微纳传感网工程技术研发中心视察并发表重要讲话,指出“在传感网发展中,要早一点谋划未来,早一点攻破核心技术”;“在国家重大科技专项中,加快推进传感网发展”;“尽快建立中国的传感信息中心,或者叫‘感知中国’中心”。随后24日,中国移动总裁在访台的首场公开演讲上也对物联网大加阐释;紧接着26日,在中国工业经济运行2009年夏季报告会上,工信部总工程师朱宏任表示,国家正在高度关注、重视物联网的研究。中央领导人的关注,明星企业的推动,政府部门的表态,使“物联网”立刻成为了社会关注的又一个焦点。全球科技将进入一个前所未有的创新密集时代,物联网技术作为各国重点发展的新兴战略性产业,已经成为一个国家争夺经济科技制高点的战略重点<sup>[1-10]</sup>。

所谓“物联网”(Internet of Things),也被称为“智能

地球”,指的是将各种信息传感设备,如射频识别(RFID)装置、红外感应器、全球定位系统、激光扫描器等与互联网结合起来而形成的一个巨大网络,实现物与物之间智能化连接。其目的是让所有的物品都与网络连接在一起,方便识别和管理<sup>[11-13]</sup>。

现在,方兴未艾的物联网已逐渐开始改变我们的消费习惯和生活方式。例如,海尔集团推出的全球首台“物联网冰箱”,它知晓储存其中食物的产地、食品特征、保质期等信息,并及时将其反馈给消费者,让消费者对冰箱里的食物做出必要的反应。同时,能与超市相连,让消费者足不出户就知道超市货架上的商品信息。甚至,它还能够根据主人存取冰箱内食物的习惯,制定合理的膳食方案以供选择……这样,物联网冰箱与冰箱里的食物实现了自由“对话”,提高了人们对食物的科学管理与合理应用,给生活带来全新的体验与享受,为全球消费者创造了一种颠覆性的生活方式。在其他一些先行的成功案例中,物品的信息已经能够被自动采集并上网,其管理效率大幅提升,有些“物联网”的梦想已经部分的实现了。“物联网”的雏形就像早期的计算机与互联网一样——在它们出现之前,没有多少人会对其感兴趣。但现在,电脑和互联网已经成为现代生活的必备元素。这也从侧面昭示出“物联网”代表着未来的趋势。

可以预见,未来在商业领域,不论是个人还是组

收稿日期:2010-04-08

作者简介:冯端(1981-),女,四川成都人,管理学硕士,主要研究方向为企业管理,市场营销,技术经济学。

网络出版时间:2011-3-28 网络出版地址:<http://www.cnki.net/kcms/detail/51.1676.C.20110328.1355.035.html>

织,物联网的兴起和发展,都将对其经营策略产生重大影响。面对由新兴技术带来的变革,需要我们用新的眼光审视传统的经营方式,用更加适应生产力发展的策略开展市场营销工作。

本文提出一些新的、植根于物联网技术的企业经营策略。当前,物联网的发展还处于起步阶段,正在进行标准的制定和基础技术的研究,我国在该领域的研发水平处于世界前列。在商业流通中,大型跨国企业,如沃尔玛、麦德龙、家乐福等都已开展了相关研究<sup>[14-17]</sup>。为将技术优势转化为国家经济能力的领先优势,本文致力于研究物联网在商业领域的深远影响,以及其在商业领域的应用与对策。

## 二、物联网时代的企业经营

在物联网时代赋予的商业特点及环境下,对应的经营策略主要包括以下几个方面:第一,如何传递可信、可靠的产品品质;第二,如何利用方便快捷的物流、查询、支付方法;第三,电子商务领域小型商家如何与大中型商家“平分秋色”。其中,在物联网时代,对于电子商务小型商家而言,由于其蕴含的天然先进性,必然会成为市场主体,这也是新技术带来的重大变化。

### (一)如何传递可信、可靠的产品品质

在物联网时代,用夸张的说法,地球上的每一粒沙子都能够分配一个ID号码,同时接入互联网,从而可供人们查询它目前的状况信息。因此,物联网时代的营销,重中之重是要抓住原产地、供应流通领域、销售环节等详细信息,将之提供给消费者。消费者则可以利用手机、固话、网络等工具,方便地进行信息查询,对同类商品进行比较。在此情况下,假冒伪劣、盗版商品将不再有生存空间;产地或传输途径中受到污染、破坏的产品将被筛除出流通领域,消费者对产品本身放心,从而侧重根据自己的喜好、购买能力等因素,选择适合的商品。

在上述情况下,要求企业对于产品的营销,在把握真实、可靠品质的前提下,着重强调该产品的特点、差别、核心优势。例如产地的差异,厂家的管理、工艺特点等对于产品品质的影响,从而应对顾客的各种“比较心理”。

物联网时代,跨越了时空的界限,“彼此信任”成为该时代的核心。它的一个重要意义在于将促进中国商业信用体系的建设。正如诺贝尔经济学奖获得者肯尼斯·阿罗认为:“没有任何东西比信任更具有重大的实用价值,信任是社会系统的重要润滑剂。它非常有成效,它为人们省去了许多麻烦,因为大家都无需去猜测他人话的可信度。不幸的是,这不是一件可以轻易买到

的商品。”既然无法买到,只有通过一系列的创新来构建一个新的信用文明,物联网破解了买卖双方的信任问题,也同时使买卖双方对诚信的关注提升到了前所未有的程度。

可以说,物联网时代是一个诚信的时代。任何商品只需要简单的查询,就可以确定其产品宣传是否准确,消费者通过自身感受,便能够清楚地了解商家的诚信程度。对于商家提供的信息,须由主管部门对其资质进行审查监督,一旦发现提供虚假信息,将进行严厉处罚。

### (二)如何利用方便快捷的物流、查询方法

物联网时代,产品的传输与查询将十分方便。通过物联网络营销,商家、消费者都可从繁杂的劳动中解放出来。合理运用物联网,企业能够降低成本、优化结构、减少资金占压、缩短交易周期,保障商业领域的高效运转。当消费者订购完商品后,便可利用手机、固话、计算机等终端,随时在互联网上查询该商品目前的状态,包括所在地、运输环境等物流信息,从而确保对所购商品做到“心中有数”,并根据查询到的信息制定自己后续的工作、生活计划。企业需要抓住这一特点,强调该产品的运输途径、方法及便利性,让消费者顺利、愉快购买到满意的商品。

可以说,在物联网时代,真正实现了“以顾客为中心”的理念,它贯穿于整个商业过程,最大程度上方便了消费者。他们不必再东拼西凑时间,跑到拥挤的商业街区,挨家挨户的挑选商品,而只需坐在家中,通过各种终端设备在网上搜索、查看、挑选,便可轻松完成购物过程。

### (三)电子商务的小型商家如何击败大中型商家

《世界是平的》这本书让读者知道,在互联网时代,大型跨国公司的外包业务和小型企业都能够适应时代的发展,而中型企业则受到了较严重的冲击。在物联网时代,我们则可以更加清晰的看到小型商家是如何抓住机遇打败大型商家的。

当前我国的电子商务事业蓬勃发展,然而我们也看到普遍存在的情况,在互联网消费市场(B2C、C2C)上进行交易的,大多数为质量不高、价格偏低的小型商品。顾客在购买大宗商品时,仍然习惯于亲往查看。究其原因,主要是目前网络销售的产品质量参差不齐,消费者对其信任程度不高。正如上文所述,物联网时代,诚信已成为买卖双方的“生存根基”,商家无法再通过虚假信息诱导消费者上当受骗——这对于推动电子商务的良性发展起到了至关重要的作用。任何消费者需要的商品,都能够从网络上得到足够多的信息,能够确

保商品品质<sup>[18]</sup>。

由此可见,在产品质量方面,小型商家终于有了和大中型商家平等对话的机会。

另外,在大型超市里,许多顾客都遭遇过这样的状况:人们在收银台前排起长长地队伍,等候结账,这不仅耗费了宝贵时间,也破坏了购物心情。如上文所述,相较于传统大型超市,电子商务从一开始就具有天然的便捷性,为顾客省去了不少繁琐的环节,这种便捷性是普通商家难以比拟的。由此可见,在交易便利性方面,小型商家比大型商家更有优势。

从以上描述可以看出,物联网时代,电子商务的小型商家通过合理的营销方式,能够击败大中型商家,呈现出“蚂蚁吃大象”的壮观景象;同时对于创业阶段的个人与企业而言,物联网时代提供了更加便利的条件,“天高任鸟飞、海阔凭鱼跃”的发展空间对于创业者来说实在是难能可贵。因此,政府应当紧抓这一机遇,规范、扶持和发展物联网与电子商务事业,使小型商家充分发挥优势、扬长避短,实现一个新的商业发展模式。

### 三、结论

物联网时代的到来,必然会给商业社会带来巨大影响。文章通过研究物联网的特点,对于企业在物联网时代所应当重视与思考的发展方向做了简要分析,并特别指出电子商务在物联网时代的优势,及其为中小型商家带来的机遇。

#### 参考文献:

- [1] 石军.“感知中国”促进中国物联网加速发展[J].通信管理与技术,2009,(5):1-3.
- [2] 李文清,郭宗良.物联网的成长与发展综述[J].网络与信息,2010,(2):27.
- [3] 王建国.“物联网”将成为经济发展的又一驱动器[J].IT时代周刊,2009,(19):20-21.

- [4] 张煜.物联网:下一个经济增长点[N].中国电子报,2009-09-01(4).
- [5] 徐琼,古丽萍.物联网:酝酿供应链精度革命[J].物流时代,2009,(10):30-33.
- [6] 毛敬雅.“物联网”将开始影响中国人生活[J].记者观察,2009,(20):15-16.
- [7] 张俭.走进物联网[J].中国物流与采购,2009,(22):14-15.
- [8] 闻浙.诱人的物联网——未来萌生万亿级多元产业[J].经贸实践,2009,(11):18-19.
- [9] 林赛君.物联网革命[J].现代商业,2009,(31):64-67.
- [10] 姜红德.移动运营商:撬动智慧物联网[J].中国信息化,2009,(21):30-34.
- [11] Yi Feng,Zhan Zhang,Hao Liu,Decheng Zuo,Xiaozong Yang. An Approach for Evaluating Availability and Performability of Data Processing Center in the Internet of Things Environment[M].IEEE First International Conference on Pervasive Computing Signal Processing and Applications (PCSPA), 2010:1035-1038.
- [12] Zhong Dong,Zhu Yian,Lei Wangbao,Gu Jianhua,Wang Yunlan.Object Service Provision in Internet of Things [M].IEEE 2010 International Conference on e-Education,e-Business,e-Management and e-Learning,2010: 234-237.
- [13] 宁焕生,张瑜,刘芳丽,刘文明,渠慎丰.中国物联网信息服务系统研究[J].电子学报,2006,(12):14-18.
- [14] 樊世清,于泽,郭红军.论物联网对供应链管理的影响[J].中国经贸导刊,2009,(19):46-48.
- [15] 田苗,陈洪全.基于RFID的电子商务物流技术创新分析[J].商场现代化,2006,(11):90-94.
- [16] 孟祥茹,张金刚.EPC及物联网在我国推广应用的对策分析[J].江苏商论,2009,(1):16-18.
- [17] 蒋亚军,贺平.基于EPC的物联网研究综述[J].广东通信技术,2005,25(8):24-30.
- [18] 程佳聪.电子商务中的诚信危机与对策探析[J].重庆文理学院学报:社会科学版,2009,(1):55-58.

责任编辑:万东升

## Business under the Internet of Things

FENG Duan, KANG Lu

(Department of Business Management, Sichuan Business Vocational College, Chengdu 611131, China)

**Abstract:** In the context of the financial crisis for emerging technologies - the development of internet of things (IOT) studied in this paper, business should focus on the development direction and problems. Authors propose in the IOT environment, the characteristics of corporate marketing, analysis of how to use these features to adjust operating mode of development, focused on small and medium sized e-commerce how to use their own advantages to accelerate development. Hope this article on China's economic restructuring and changes in thinking there is a certain reference value.

**Key words:** internet of things (IOT); e-commerce; business