



顛覆企業 移動互聯網

2016-10-12 記者 卓業軒 報導



Internet 一詞，台灣稱為「網際網路」，在中國則被翻譯為「互聯網」，數十年來為全世界創造許多資訊革新。然而，近來崛起的「互聯網+」一詞，則指透過網際網路的雲端技術伸縮串聯各大產業，為中國大陸地區帶來更多產業行銷上的可能性。

中國大陸 新經濟策略崛起

對於一般民眾來說，網際網路的日常使用並不陌生。中國大陸國務院總理李克強在「2015年政府工作報告」中推出「互聯網+行動計畫」，提出如何透過網際網路的結合進一步推動各產業的工作提升。與販售業整合，拓展傳統產業更龐大的市場空間；另外政府設立400億創業投資引導資金，結合高科技產業與電子商務，將新興產業引導成為主導產業。

於是，中國大陸在短短一年間，「互聯網+」成為時下熱門詞彙，被廣泛運用到各行各業。「互聯網+交通」、「互聯網+醫療」、「互聯網+能源」、「互聯網+房地產」、「互聯網+零售」等等，改變傳統物流與商業運銷模式。以互聯網的建構作為各產業的基礎建設，在商業中拿掉繁瑣的中間過程與中盤商上下游垂直階層，提供更大的智能效率與機會創新。這種新的行銷模式，即為所謂標準企業直接對客戶（**Business to Customer**，簡稱**B2C**）的電子商務運作。透過互聯網的多角串連，建構起一個龐大的平台，以普通業者無法提供的服務內容作為聚合力，達成消費者的依賴性，再以消費者的需求角度出發製造、買賣產品，這就是互聯網+在雲端數據與龐大金錢運算下的建立概念。



「互聯網+」和金融公司的錢潮。（圖片來源/遠見雜誌）

在中國大陸，互聯網簡直什麼都可以「+」。「互聯網+運動」的風潮下創造出許多運動健身應用程式（APP）、運動直播平台，以及隨之而生的健身團、登山團，帶出一種新的生活方式與風格。「互聯網+送餐」的模式也在近期開始襲捲中國，大幅改變普遍人民的生活習慣。行動訂餐APP「餓了麼」，覆蓋200多個城市，加盟餐廳超過18萬家，為目前中國大陸最大的行動訂餐平台。其他類似的訂餐平台也不在少數，主打餐點外送服務；對消費者來說，只要輕鬆在家用手機訂餐，想吃的食物竟然能以比自己走去買還要便宜的價格送到手，可說是百利而無一害，成功吸引龐大消費客群在線上交易。而乘著這股趨勢，透過日以繼夜的平台運作與大量的訂單交易，業者也成功創造出許多「百萬送餐小哥」的經濟奇蹟。

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 懶人包不包
- 解碼電影 影評風潮
- KUSO童話 暗黑動畫師血多

總編輯的話 / 涂湘羚



本期頭題【人生最終章 禮儀師賴睿昇】由資深禮儀師探討生命課題，談人生無

常。

本期頭題王 / 林有成



有成是我，在一個香火鼎盛和四周都是田地的地方長大，不管如何，開心的過每一天，才是最重要的！再怎麼平凡的事情，一定含有其不平凡的內涵！

本期疾速王 / 何家沂



住在颱風天不會有事
的台中 喜歡羽球，
是從小到大的好朋友
喜歡小小一群人的緊
密勝過一大批人馬 喜歡胡思亂想

本期熱門排行



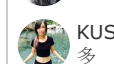
人生最終章 禮儀師賴睿昇
林有成 / 人物特寫



美麗靈魂 舞衣下漫溢光芒
陳昶安 / 照片故事



對愛情致歉和致謝 慢情書
劉以寧 / 書評



KUSO童話 暗黑動畫師血多
郭宜婷 / 人物特寫



懶人包不包
黃佳翎 / 文化現象



訂餐APP「饿了麼」外送專車。(圖片來源/當代中國研究中心)

手機時代 個人為商貿節點

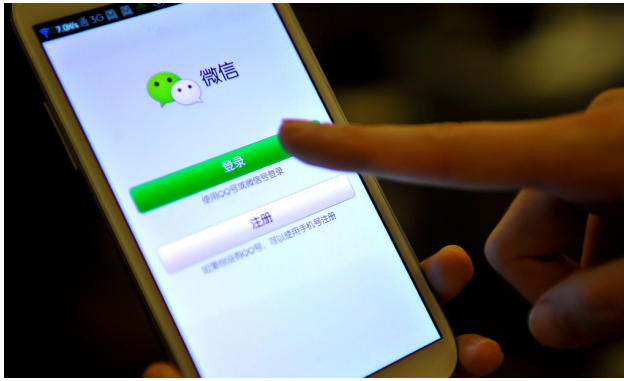
財團法人工業技術研究院電子商務課程講師王雅玲說：「互聯網的涵蓋面非常廣泛，所延伸連結的範圍不只是廠家到消費者，中間可以是企業對企業（Business to Business），甚至是企業直接到消費者（Business to Customer），或廠家對客戶（Factory to Customer），比傳統電子商務更廣泛。」而順應網路在近十年間的不斷更新應用，消費者日常生活中的所有訊息也幾乎都由手機透過網路獲得，對於互聯網時代的最新趨勢，有個更新的名詞—「移動互聯網+」。

網路的應用無遠弗屆，電子商務的走向更在短時間能包山包海。互聯網在中國大陸的發展大到包括房地產與貨幣基金產品，使短時間內網上炒股的人數呈現巨幅成長。同時，今年9月，阿里巴巴董事局主席馬雲在二十國集團（G20）領導人杭州峰會中表示，個人電腦（Personal Computer）的時代已經過去，交易科技的發展趨勢使消費者會在手機上進行大多數的買賣，就像是中國大陸簡單的「支付寶」。這一說也為看似組織架構龐大的「互聯網+」應用，重新下了一個不那麼複雜的定義。



阿里巴巴相關集團的支付寶為中國大眾熟知的第三方支付平台。(圖片來源/101傳媒)

在網路對網路的離線商務模式時代（Online to Online，簡稱O2O），虛擬與實體世界結合，用戶導向的模式下消費者可以是生產者、生產者可以成為消費者，滑手機能創造的消費市場打破業者對於傳統銷售的定義。王雅玲在私人領域創辦互聯網科技公司，以類似淘寶網的方式，發展微信（WeChat）的線上平台，整合推銷台灣製造（MIT）產品進入兩岸三地市場，鼓勵線上創業，創造機會與話題，並在去年獲得台灣之光行銷通路達人。



王雅玲認為WeChat將會是未來台灣「互聯網+」發展的重點起步之一。(圖片來源/科技報稱)

相較過去傳統產業由上游到下游多角組成，現代互聯網的核心概念是做到服務過程的「去中心化」，藉由網路的聯繫，任意兩點之間都是交易的可能。王雅玲笑著說：「台灣需要更多互聯網的知識與課程帶動這個風潮，告訴低收入戶怎麼開始用平常的滑手機就能賺錢，甚至告訴年輕人更多的創業機會，而不是只是用手機抓寶可夢而已。」

用戶至上 經濟生態圈的比拼

別於傳統的直接銷售，訂餐業者送到客戶手中的餐點很可能比實體店家直接賣的商品還要便宜，例如消費者買30元的產品外送到府可能只要25元，送餐業者甚至願意提供「免費」的外送服務，如此以獲取大量的消費者聚集。從「互聯網+」的運作邏輯來看，研究者稱為這是一種「羊毛出在豬身上」的有趣商業模式。羊毛不再出在羊的身上，廠商賺的錢不再是買賣單一商品所帶來的利潤，而是透過各種優質的服務內容，例如「免費外送」或「消費返點」（意即透過平台買賣商品可獲得未來購買商品的現金折抵點數）等方式吸住穩定龐大客源後，擴展平台規模，再賺其他第三方廠商的錢，例如廣告商。

王雅玲表示：「互聯網+的科技在台灣應用還不明顯，但中國大陸這個科技發展的出風口，是台灣需要迎頭趕上的。」在中國，現在已經沒有人會覺得互聯網不重要，當一個服務多元完整的平台被建立起後，消費者循著好處蜂擁而至，各大食品企業也得順應趨勢加盟互聯網送餐平台，此時不加入的傳統業者便會搶不到客戶，造成客源逐漸流失。



工研院電子商務課程講師王雅玲。(圖片來源/卓業軒攝)

以大方向來看，互聯網企業賣的不是廠商的產品，而是整個生態圈串聯起來後所能提供給消費者的服務與銷售模式，進而促成廣告與其他第三方金錢來源的可能。而大企業間則必須不斷「祭出好禮」，在新經濟生態圈中不斷創造出刺激消費的動力，這可能也是為什麼在大眾手機時代，很多東西都免費的原因。互聯網建構下的去中心化資訊雖處處分散，卻是處處零距離，關乎科技革新，若有人說：「中國大陸未來各大產業都將會與互聯網相關。」或許也不可不信。



交換學生 換一個省思

以自身交換學生的經驗結合近期想法，提出幾個觀點希望與國內外的台灣學生共同省思，彼此啟發。



照顧土地 照顧人

食安風暴下，社會大眾更加注重食品安全，透過對周宛柔的人物專訪，深入了解自然耕法及友善環境的概念，讓我們在吃的同時，也能照顧土地。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們
© 2007-2016 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0