

## 移动互联网冲击下传统企业何去何从

# 听听大佬们的“互联网焦虑”

“移动、联通、电信相互打了这么多年,才发现真正的对手是腾讯;工农中建再加上各大股份制银行、城商行,竞争了这么多年才发现真正的对手是阿里巴巴。”正如这些广泛流传于业内业外的“段子”所反映的,原本贴满了虚拟世界、产业泡沫等标签的移动互联网经济,一夜之间成为各界精英集中关注的对象,从呼啸而来的互联网电商、互联网金融到日常生活中的打车软件、团购旅游,互联网正日益渗透到社会生活的方方面面。

“互联网对产业的改造是一个‘温水煮青蛙’的过程,你死了还不知道怎么死的。”泰康人寿保险董事长兼 CEO 陈东升坦承自己对未来的焦虑。不错,随着势如破竹的跨界发展,诸多看似牢不可破的传统行业如家电、能源、农业、教育、医疗等纷纷“沦陷”,如此凌厉迅猛的攻势让每个企业家都患上了移动互联网焦虑症,“不拥抱,便会死”也成为这些行业精英们的共识。

本报记者 马绍栋

房地产业

### 冯仑：“互联网让地产商发蒙”



“全世界所有最牛的地产公司我都去过,我认为对房地产行业非常清楚了,可互联网会怎么样影响和改变房地产,我一看还是有点蒙。”在刚刚结束不久的亚布力论坛上,地产大佬冯仑如是说道。

而就在此前不久,国内第一家地产巨头万科的总裁郁亮带领近百人的管理团队旋风式拜访了阿里、腾讯、海尔、小米四家公司,这场被解读为“取经”的行动主题只有一个,那就是学习如何用互联网思维来改造万科此前形成的卖房路径。

“我们需要用新的思维来改造我们自己。我们并不是为了学习移动互联网工具,我们缺的是思维。”郁亮的坦白折射出房地产业在一手房地产市场达到看得见的天花板时暗暗涌现出的转型焦虑。

同样轰动业内的还有万科请了90后创业者代表马佳佳去其公司给管理层上课,这位靠做情趣用品红遍创业圈的90后直接给出了让人惊叹的标题:90后都不买房子了!在她看来,互联网时代房地产公司应当用运营互联网社交产品的思路去运营新式社区,包括定义垂直人群,服务其社会属性而非家庭属性。在互联网语境下,原本拿地、审批、盖房、卖房的模式恐怕要转变为生产体验极致、供业主用户“用”的房子。

其实,来自我省滨海城市日照的兴业房地产也开始了这种探索。作为日照本土成长起来的开发商,兴业房地产的开发面积一度独领日照风骚,其秘诀离不开对业主关系的维护,而这也被确立为公司未来转型的重点方向。

保险业

### 马明哲：“互联网冲击下不变即死”



“互联网冲击下,不变即死。”面对互联网金融的汹涌浪潮,传统金融起家的中国平安集团董事长马明哲再也坐不住了。

的确,去年11月国内首家互联网保险公司众安保险从成立的第一天开始,就因其“三马”的光环和互联网的介入赚足了眼球。此后的保险业频频遭遇互联网的跨界“狙击”。2月17日,苏宁保险销售有限公司获批成立,正在向互联网公司转型的苏宁云商成为保险业新成员。2014年2月,支付宝为老客户定制推出“余额宝”,其背后是两款万能险产品,借助“余额宝”的威名,深度植入了互联网。在越来越多的电商加入保险代销的背景下,传统保险销售渠道正遭受越来越大的冲击。

以寿险为例,目前国内有近300万保险代理人,平均月佣金仅1500元。低保障、高流

动,层层抽佣的代理体系绑定了太多利益,寿险公司欲罢不能。再加上绑定于银行体系的“银保产品”、严重依赖4S店的车险、严重依赖旅行社的旅游险、严重依赖航空公司和票务代理的航空意外险,渠道之困让保险业寸步难行。

泰康人寿保险董事长兼 CEO 陈东升表示,互联网最核心的就是减少销售环节和成本,而保险销售是最复杂的。“过去为什么不愿意做,是因为我做这只手就砍我那只手。但是到了非要革命的时候,还是必须自己革自己。”为了实现自我革命,泰康将昌平的一个中心改成创新中心,完全跟着互联网走。

互联网的发展使得保险有了“直销”路径。但互联网求透明、求创新、求定制,消费者看不懂的产品是不会去下单的,这就要求险企时刻以互联网思维做产品,回归保险产品本质。

记者视角

## 神化可不必 思维必须改

如同互联网自身的病毒式传播一样,互联网对各个传统行业的入侵和颠覆浪潮也在迅猛升级。

从最初仅限在IT领域的门户、搜索、即时通讯、电商,互联网已经逐渐跳出自己的领域,开始逐步扩大到零售、餐饮、酒店、消费甚至能源、制造业、农业等看似毫不相干的传统行业,不经意间,我们发现身边的店铺关门的越来越多,身边的人都在说钱越来越难赚了,再加上诸如“互联网专治各种不服”、“互联网颠覆一切商业模式”等舆论的鼓噪,一时间大有互联网一统天下的趋势。其实透过眼花缭乱的惊变迭出的消息迷雾可以发现,神化互联网大可不必,而以互联网为代表的创新精神和创新基因却是每个行业的企业家都必须静下心来认真研究学习的。

诚如圈内诸多财经大佬所言,互联网再牛也不能完全取代实体经济,它只是改变了原本传统的配置资源的方式,让一切运转得更加便捷、更有效率,而且追求极致用户体验的特点也给企业注入了“偏执化创新”的基因,在当前经济无论生产环节还是终端营销环节都面临过剩的情境下,这种创新基因对企业生存转型具有无可比拟的重要性。企业家们的焦虑更多在于互联网颠覆背后给各个行业打开的新通道和创造的新可能,这是一个新时代的到来,如同核武器取代了传统的冷兵器,企业稍慢一步,就可能从行业老大变得不再入流,这就倒逼企业家将焦虑转换成产品、体验、品牌、营销等各项创新的不竭动力。

山东是工业大省,产业结构中涉及钢铁、机械、化工等传统产业的比重尤其高,记者采访期间多次听到企业抱怨,项目刚开始立项时都是政策极力鼓励的,而等项目落地时全变成了产能过剩应该限制的项目,转型升级已经势在必行,郭树清省长在政府工作报告中更是连用7个“能不能”发问。因此,在新的互联网语境下,山东的传统企业不要仅把互联网当成一种工具,而是用互联网基因改造自己,更注重创新、开放、互动,自己革自己的命总比被别人革掉要好。

农业

### 柳传志：“卖农产该像雷军卖小米手机”



互联网如何改造农业?一直奉行“农业是联想应该做的生意”原则的柳传志认为首先改造的是销售,未来卖农产品应该像雷军卖小米手机一样。比如送水果孝敬老人,或者送朋友,可以送1000元的水果票,通过佳沃(联想旗下农业品牌)的官方网站,随时下单,结算,通过快递直接送到家里,这比直接买水果好得多。

佳沃集团总裁陈绍鹏也认为,云计算技术、终端计算技术可以用于农业产品的生产:通过物联网技术搜集土地空气中的温度、湿度数据,适时了解情况,并适时决策。除了生产之外,在储存、运营过程中,同样需要应用到互联网、云计算、大数据技术。

新希望集团董事长刘永好一再强调要用互联网精神来改造现代农业,现代畜牧业,引导新希望从饲料生产

商、肉蛋奶提供商向肉蛋奶综合服务商转变,由以前自己建工厂自己生产,变为组织者和推动者。例如在全国选出环境好,污染少的地方,组织当地农民养,让他们变成家庭农场主,新希望支持他们选地、间隔、用什么样的品种,通过互联网寻找并提供专家服务,解决技术资金市场服务的综合问题,并发出预警,什么时候流行什么病以及该采取的措施,变身服务员。

其实互联网对农业的改变充满了想象空间,近期闻名遐迩的“褚橙、蜜桃、潘果”无一不是借助微博、微信、QQ等各类社交媒体及通讯工具在圈子内形成传播,以近乎免费的营销成本瞬间“引爆”市场。而伴随着公众对食品安全关注的持续升温,透明可追溯的农产品已是大势所趋。

医疗教育业

### 俞敏洪：“可能一觉醒来,企业就没了。”



“对于新东方的未来我感到从未有过的焦虑,很可能一觉醒来,新东方就不存在了。”谈到互联网对教育带来的冲击,新东方董事长俞敏洪在多个场合直言不讳。

互联网大肆“入侵”教育领域已是人所共知的事实。仅从近年来在线教育在创业热点中所占比重就可窥一斑。据统计,2013年每天新增加的在线教育公司多达2.6家,仅在2013年前8个月,国内共有23家在线教育概念公司获得融资,融资金额从数十万美元到千万美元不等。去年,百度、腾讯、阿里巴巴三巨头也都先后进入在线教育领域。

的确,互联网时代网络教育蓄势待发,不论国内还是国外,各种形式的网络教育、技能分享被越来越多的人接受。曾经被视为一种特权的教育在互联网的冲击颠覆下正越来越走向开放和互动。极低的

信息传播成本让普通人就能通过视频分享网站共享全球最优质的教育资源。

对于这一颠覆的严重性,俞敏洪表示,现在已经不是一个赶超者的问题,而是一个颠覆者的问题。

在同样刚性需求的医疗领域,互联网的改造也充满遐想。下载一款健康应用,根据患者好评度用手机选取心仪的医生完成挂号、约好时间,带齐病历资料去医院看病,再用手机扫一扫就可支付费用;医生在手机上开辟科普咨询阵地,用零碎时间以专业的解答赢得患者“点赞”;根据健康应用储存的海量数据,推演出某种疾病的发展趋势或关联可能,结合个体情况推送健康提醒。这些领域都会对现有的医疗健康产业形成冲击或补充,行业的洗牌恐怕也将成为常态。