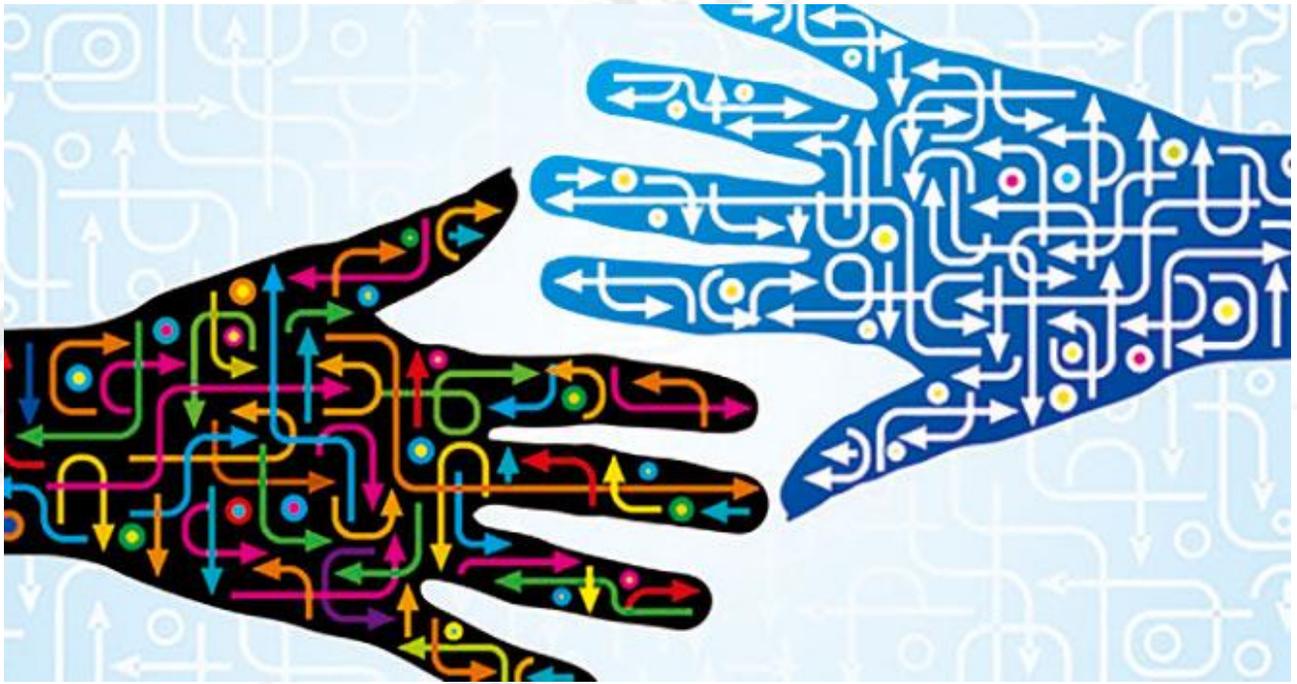




# 信息技术引领未来商业 十大趋势





目前，全球数据存储每 20 个月就会翻一番；连接到互联网的设备数量已经达到了 120 亿之多；而通过手机支付的交易额已经接近 1 万亿美元。新技术在许多领域内层出不穷，几乎每一项新技术都被称为某种突破性进展。技术进步能够影响和改变人们的生活和价值观，商业和全球经济格局也会随之改变。本文展望了信息技术影响未来商业世界的十大趋势，对于大部分公司而言，它们是赢得竞争的必须要素。

现在，社交网络已经成为越来越多的企业开展业务的工具。许多公司依靠分布式问题解决方案，利用公司内外部的客户和专家的脑力资源，以获得突破性的思考。

搜索信息、阅读和回复电子邮件，以及与同事沟通合作，这些事宜占用了典型知识型员工大约 60% 的时间，而通过使用社交技术，可以提升 25% 的劳动生产率。全球性 IT 服务供应商 Atos 承诺到 2014 年实现

零电子邮件，通过合作性社交网络平台代替内部邮件，以此来提升员工生产率。

公司也变得更有渗透力，可以迅速跨越不同部门，并利用专业知识武装团队。卡夫食品公司投资建设更为高效的社交技术平台，可以支持微博、标记内容，以及创建和维护项目群体（例如定价专家）。这一做法的好处包括知识分享的加速、更短的产品开发周期和更快速的竞争回应时间。同时，社交属性可以成为任何数字化沟通或交易的一部分——可以嵌入产品、市场和商业系统中。用户如果“喜欢”某些事物，可能很快就可以得到他们“想要”的东西，由此将商业企业与客户互动的程度提升到新的水平。大型百货商场梅西百货使用 Facebook 的“喜爱”功能决定未来服装设计的颜色。在广播电视业，欧洲的 RTL 集团使用社交媒体针对最受欢迎的节目如 X Factor 等创建观众反馈流程。RTL 根据忠诚粉丝的稳定反馈得以微调每一集的情节。

数据和分析已经成为新型竞争力的一部分。有了来自多个接触点和新的分析工具带来的丰富数据，公司越来越善于创建更为精细的消费者群体细分，并为其定制产品和服务。美国 Acxiom 公司为包括银行和汽车公司在内的客户提供 5 亿多名消费者的情况介绍，每份介绍都富含 1500 多个数据点，而所覆盖的交易数据样本则高达 50 万亿次。各家公司也在学习使用这一类数据进行测试和实验。他们会借鉴一些公司如亚马逊或谷歌的前瞻性工作，持续使用被称为“A/B 测试”的方法。这种方法不仅会优化

网站设计和体验，也可以提升真实世界中的公司业绩。很多领先营销类公司都在从微博、新闻报道和 Tweets 的实时监测中收集数据，由此发现那些可以影响产品和定价战略的细微情感变化。

高级分析软件可以让机器发现隐藏在大量数据流或文件中的模式。这一“智能”意味着一系列更广泛的知识型任务可以凭借更低的成本（细节请参见下文第 5 个趋势）实现自动化。虽然大数据的潜力已得到广泛认可，但各个公司组织架构和技术的复杂性以及对于完美的追求，经常会使其进展放缓。领先者和落后者的差距越来越大，因为领先者总是找到新的方法去测试、学习、建立组织架构和竞争。对于希望能够跟上这一脚步的公司，制定大数据计划是新的关键重点。

小型传感器和传动器正以令人惊讶的速度扩张，可望将在未来 10 年里实现爆炸性的增长。各个公司已开始使用这类技术进行复杂的运营活动，而不仅仅是用于监测，这样系统可以根据传感器报告的数据自动做出决策。智能网络现在也使用传感器监督车流量并相应地重新设计交通信号，或者对电网是否得到了有效维修进行确认。

新的技术也在引领被称为“量化的自我”的活动，通过使用检测血压、活动甚至睡眠模式的设备，人们可以更为关注自身健康。先进的可摄取的传感器将这一方法又推进了一步，智能手机将这些传感器捕获的人体信息传递给医生，人们管理自身健康和疾病由此有了新的机会。

购买和销售由实体产品延伸而来的服务，这一商业模式的转变正在加

速。一个典型例子是对云计算 IT 服务的采用。化妆品牌露华浓现在有 500 多个应用在私有云上运营，并统一外包给一家公司管理。在两年中，露华浓公司由此节约了 7000 多万美元。

这一模式已经拓展到 IT 领域以外，可以让商业客户无需拥有资产且从中受益。例如，拥有卡车车队的公司在建立新的 B2B 业务，按照天或小时出租车辆。越来越多拥有多余办公室的公司也可以向其他公司提供短期办公空间。《洛杉矶时报》就将办公室出租给了电影剧组。

基于云技术的 IT 服务的重要性的潜在影响仍处于初级阶段。公司通过重新审视资产从而获得效率和灵活性的机会还有待进一步挖掘。

体力劳动和交易任务在过去 30 年间广泛实现了自动化。现在，数据分析、低成本计算能力、机器学习和能够“理解”人类的界面发展正在将自动化技术迅速推送到全球超过 2 亿的知识工作者。

Clearwell Systems 是硅谷一家专业分析预审法律文件的公司，最近通过计算机扫描了超过 50 万个文件，并找出其中与马上进行的审判相关的 0.5% 的文件。以前一个大型律师团队几周的工作量，现在仅需要 3 天即可完成。机器在形成报告的基本内容、通过扫描文件及数据自动生成营销和财务材料方面也非常有效。

IBM 曾在智力竞赛节目 Jeopardy 获胜的计算机 Watson 最近将注意力转向了癌症研究，这代表了人工智能的新里程碑。Watson 通过阅读超

过 60 万部医疗证据报告、150 万个病例和 200 多万页的临床试验报告和医学专业文章，完成了相关“培训”。现在它成为纽约 Memorial Sloan-Kettering 癌症中心医生们进行决策支持的主要应用。

发展中国家的人口使用移动设备上网的比例越来越高，特别是当智能手机在功能和多样性方面不断提升时。多个新兴市场的互联网普及率以两位数增长，仍然潜力巨大：目前印度的网络渗透率仅为 10%，而中国接近 40%。

可以上网的智能手机和其他移动设备成本的迅速降低，将带来更广泛的新应用，并成为新的价值来源。一个价值创造的领先领域是移动支付服务在多个发展中市场的成功。例如，孟加拉的 Dutch-Bangla Bank Limited (DBBL) 银行在 10 个月内吸引了超过 100 万移动支付用户。南非的渣打银行也通过使用移动设备，降低了 80% 的新客户获取成本。

另外一个价值来源是当地连接供给与需求的匹配服务。肯尼亚由谷歌支持的 iHub 项目使用技术服务识别创业者并为其提供融资服务。这一技术还可以帮助跨国企业根据当地情况调整产品和商业模式。在印度，联合利华为农村的分销商提供移动设备，包括传统的夫妻店。这些设备将信息（如库存水平和定价）传回到联合利华，使其能够提升相关的需求预测、库存管理和营销战略，由此增加了 30% 的农村销售额。

我们越来越多地看到虚拟和现实世界之间的交融交换。各个公司将数字技术应用于现实世界的体验上，创造出用户互动的领域。食品零售公

司 Tesco 和 Delhaize 在韩国与比利时的地铁站分别安装了实际大小的商店显示屏。这些屏幕可以让等车人使用智能手机下订单购买日用品，之后送货上门或在某个实体店提货。还有一些零售商在实体店中安装了类似屏幕，消费者可以很容易地预订到售罄商品。梅西百货公司在试衣间安装了“魔镜”：一个 72 英寸的显示屏，让顾客以虚拟方式“试穿”衣服，并帮助他们挑选服装。

一些公司还将数字世界与实际工作相结合，从而提升生产率和有效性。波音公司使用了有虚拟现实功能的眼镜，组装 747 机型的工人就无需频繁参考使用手册。带有注解的提示可以指向钻孔位置，并显示正确的线路连接。

管理层需要审视其业务，找到融入式体验或互动式接触点可以刺激吸引“时常在线”用户的领域。管理层还需要思考数字平台在产品设计和营销或收集客户反馈方面的潜力。

当前用户期望服务是免费和个性化的，无需指导易于使用。这一新特点为企业带来新的挑战：客户期望所有的互动——不论是网站还是实体店，

**预览已结束，完整报告链接和二维码如下：**

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_46972](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_46972)

