

效率才是经济之本

互联网经济

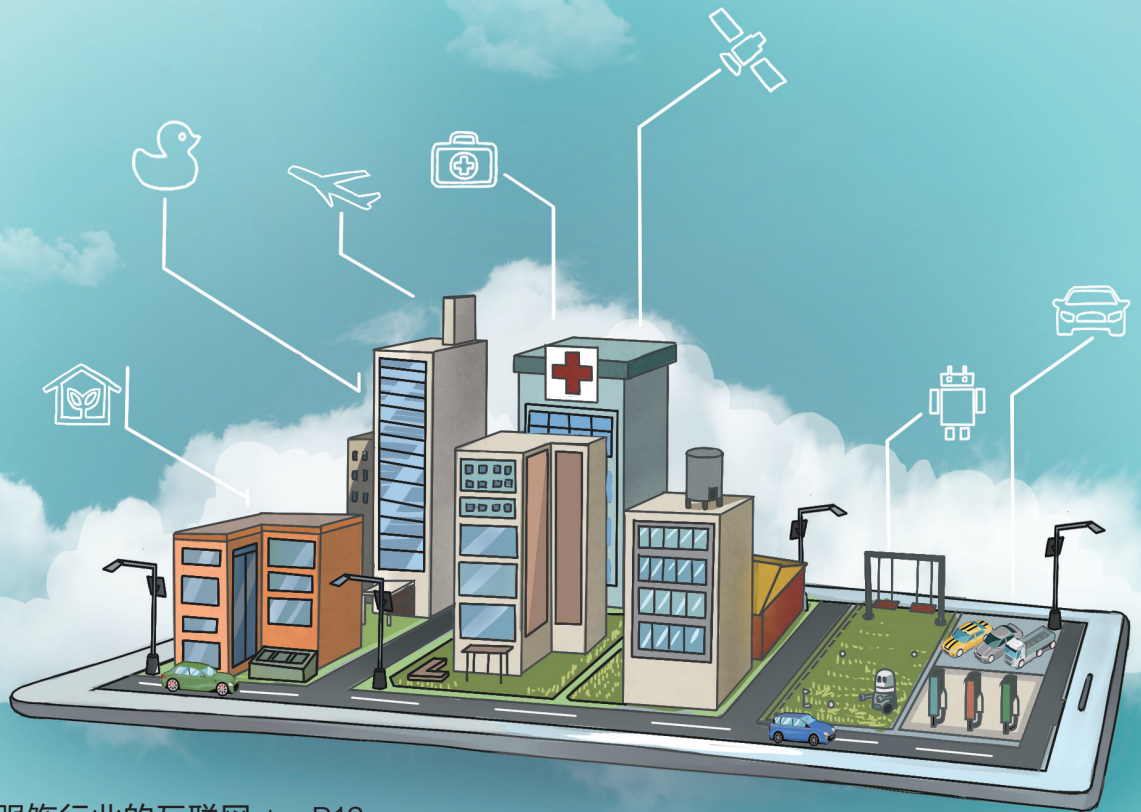
THE INTERNET ECONOMY

CCID 赛迪出版物

2015年第9-10期 总第13期 每月25日出版

邮发代号：82-925

智能硬件：启动智能新生活



[视野]

虚拟试衣技术：服饰行业的互联网+ P12

[前沿]

向互联网企业学习“人才观” P20

[案例分析]

微商路在何方 P74



ISSN 2095-8560



www.lihorse.net

- > 中国智能硬件产业发展现状
- > 智能硬件成就未来生活
- > 智能硬件：创业新风口
- > 新硬件时代的企业方法论
- > 国外智能硬件产业发展与应用现状
- > 中国智能硬件产业的未来



P32 跨界论坛 智能硬件：启动智能新生活



2015年第9-10期

在互联网+时代，越来越多的智能家居及可穿戴产品融入生活，刷新着人们对智能产品的认知与期待。数据显示，全球智能可穿戴设备在2010年的出货量仅为40万台，2012年出货量为230万台，2014年全球智能可穿戴设备的出货量则达到2260万台，仅仅4年，便增长50多倍。Cisco报告预测，预计到2020年，全球将有超过500亿台智能设备联网，平均每人六台设备。而在中国，互联网企业和传统厂商等各方正加大力度布局，智能硬件领域业已形成了巨大风口，吸引着各方力量跑马圈地，在智能硬件领域抢占一席之地。

目前，智能硬件已经从可穿戴设备延伸到智能电视、智能家居、智能汽车、医疗健康、智能玩具、机器人等领域。人类对于智能化的探索仍在继续，更多智能硬件产品和应用都可以在万物互联时代找到自己的新位置。未来，随着智能硬件在产品、模式和技术等方面的不断突破，智能硬件领域还将释放出更多机会与可能。智能硬件将无所不在，智能硬件创新将人与物、物与物彼此相联，形成万物互联的时代。

视野 Horizon

- 12 虚拟试衣技术：服饰行业的互联网+ 朱郁丛
通过增强现实和虚拟现实技术实现虚拟试衣，将有助于服饰业电商解决远程试衣难题，也有助于服饰业 O2O 融合发展，未来还可以实现更多商业延展。
- 16 充电服务如何拥抱互联网思维？ 于德翔

前沿 Front line

- 20 向互联网企业学习“人才观” 童继龙
“互联网+”大潮已不可避免地席卷了中国各类企业，传统企业向移动互联网企业转型才刚刚开始。
- 26 互联网+营销，到底怎么玩？ 赵大伟
浩浩荡荡的互联网科技革命，正在改造一个又一个传统行业，也在重塑一个又一个价值环节。市场营销作为企业经营管理最为重要的业务环节之一，其内涵和玩法也正在悄然变化着。

跨界论坛 Cross-industry Forum

- 34 中国智能硬件产业发展现状 安晖 温晓君
对我国而言，当前正处于智能硬件产业的孕育突破期。智能硬件产品在大众市场、公共服务领域及国民经济各行业的应用正不断拓展，将有力地带动我国电子信息产业转型升级，并释放出更加广阔的市场空间。
- 40 智能硬件成就未来生活 周宇煜
制造和使用工具是人和动物的本质区别，随着人类社会的进步以及科学技术的发展，智能硬件作为高级工具不断涌现出来，带来了生产方式与生活方式的大变革。智能硬件给人们生活带来了各种便利，尤其以机器人最为瞩目，提高了生活幸福指数。
- 44 智能硬件：创业新风口 刘瑞刚
当前智能硬件创业在消费级市场率先发轫，随着生产级市场需求的进一步释放，以及物联网时代的到来，将呈现一个量级巨大的创业风口。
- 48 新硬件时代的企业方法论 刘春晓
“互联网+”时代为智能硬件赋予了更为深刻、更为丰富的内涵，开创了万物互联的新硬件时代。智能硬件产业亟须从产品定位、用户体验、盈利模式、产业定位等方面自我强化和升级。
- 52 国外智能硬件产业发展与应用现状 郭潮波
近年来，智能硬件在国内大热，但实际上在欧美等发达国家早已面世并且如火如荼。相比国内智能硬件的发展现状而言，国外智能硬件产业的发展更加成熟。
- 56 中国智能硬件产业的未来 刘玮玮
智能硬件将无所不在，智能硬件创新和发展智能生态已成主流，随着智能硬件在产品、模式和技术等方面的突破，智能硬件领域还将释放更多机会。



互联网领袖 Internet Leaders

- 60 钟耳顺：人生如茶，熬煮之后方有滋味 杨婕
自1997年始，钟耳顺带领超图从学生宿舍走向国际市场，影响着中国地理信息产业的发展，并在“互联网+”的大潮里开启“GIS+”的新时代。

专题研究 Monographic Research

- 66 “互联网+”农业：助推农业走进4.0时代 袁晓庆
作为农业大国，我国正处于工业化、信息化、城镇化、农业信息化同步推进的关键时期，“互联网+”农业成为促进农业转型升级的关键之举。

案例分析 Case Studies

- 74 微商路在何方 彭李辉
2014年，微商站在电商风口上火爆一时。但随着假冒伪劣、虚假宣传、层级代理等负面新闻的爆出，这一新业态受到广泛质疑。2015年5月，微商经营者首次遭遇断崖式下滑，进入低潮期。未来，微商路在何方？
- 80 评论1 微商的生与死 宋德王
- 81 评论2 微商：杀熟扰民到何时？ 薛霁
- 82 评论3 微商营销何去何从 路长全
- 83 评论4 腾讯的微商策略 张毅

管理经纬 Management Principle

- 84 互联网“再造”企业再造 米传民 董健 阮晓艳
进入（移动）互联网时代，企业需要具备“开发、共享”为核心的互联网思维，实现智能化的企业生产、经营和管理，最终实现互联网下的企业再造。

互联网史话 Records of Internet History

- 90 中国社交网络30年：人与人的自由连接 骆永华
人在本质上是社会性动物，社交网络的价值在于人与人的连接。如今社交网络以全时、全地、全需的特征深刻变革了人们的交往方式，社交应用也是长江后浪推前浪，展现了波澜壮阔的竞争态势与格局。

创业故事 Entrepreneurial story

- 98 秀色秀场，造就移动娱乐魅力 杨婕
从异步图文社交到视频秀场社交，秀色产品已经成功转型为秀色秀场，未来还将涉足线下经纪公司，打造移动端娱乐帝国。在“互联网+”娱乐的浪潮下，秀色秀场力图建立起基于移动互联网的娱乐生态体系。

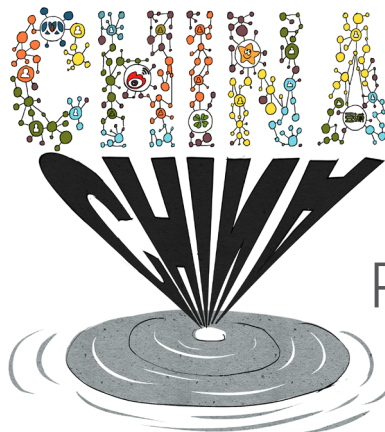


P66



P74

P84



P90