

物联网在变化

利尔达科技集团副总裁 陈凯

什么是物联网？

物联网，在20世纪末被MIT提出后，一直在快速发展，也一直在发生潜移默化的变化。

当时的物联网被定义为万物互联，是一个依托射频识别（RFID）技术的物流网络技术，之后随着越来越多组织、机构、甚至国家开始介入，物联网每天都在被重新定义，现在每个人心中都有一个不一样的物联网。在中国，自2009年温家宝在“感知中国”中提出将物联网作为国家五大新兴战略性产业之一，物联网在中国受到的关注远超欧美国家。

为什么物联网发展速度低于预期？

物联网在中国虽然被公认潜在市场大、受关注，但发展和普及速度远没有大家想象的快。

主要原因还是碎片化——没有一个系统架构能够满足大部分应用的架构需求；没有一个网络方式能够满足大部分应用的传输需求；没有一个数据中心能够支撑大部分数据的留存和处理需求；没有一个商业模式能够满足大部分从业者的利益需求。过去五年的中国物联网，主要由安防、交通、电力等应用类型相对统一的领域推动前进，这些行业和当年的互联网很相似——终端标准统一、设备制造集中、基础设施集中采购，所以整合更容易。这样的故事却很难复制到其他行业中，没有人能够在这些行业中成功建立统一标准，大家各自为战，协议、接口私有化，各自搭建脆弱、参差不齐的独立平台，仅以实现连通为目的，根本无从顾及安全性、可靠性等问题。这些是自下而上发展物联网的不可避免的弊端，正在不同行业中默默消耗着庞大的研发资源，阻碍行业物联网的发展。这个时期的物联网企业，也是艰难地生存着。

近两年，“互联网+”概念的提出加速了传统行业信息化升级的步伐，各种O2O创业公司如雨后春笋般活跃在资本市场，所有人言必称O2O，行必学O2O。可仅仅1年时间，朋友圈又被O2O倒闭盘点的相关报道霸屏。O2O公司死亡的主要原因无外乎需求频次低、缺乏用户资源、行业容量小等。连Uber一年在华投资的63亿人民币，其中有40%的投资额是被刷单刷走的，更别说其他几乎没有运营管理能力的创业公司了，大部分的推广资金都是石沉大海，没有一点回响。

导致这种结果的主要原因，也是互联网和物联网的主要区别：互联网公司的主要数据为用户个人信息和在电脑/手持终端上的行为信息，这样的数据在提供精准的线上服务时是足够的，一到线下就失控了。将手机号码/身份证等个人识别条件作为主要识别方法的缺点是数据维度过于单一，没有多元的线下数据支撑，无法精准地识别真正的潜在用户，也无法对真正潜在用户产生高度的粘性，只留下了让人厌恶的群发无效广告和商家手持用户数据却无从下手的无奈。

利尔达的解决方案

诸如此类的困境，最核心的问题，是没有线下的“网络”来支撑互联网公司从线上向线下发展。如果能有足够的多维数据支撑，用更多的条件譬如个人消费能力、消费习惯、生活习惯、年龄职业等来判定一个人，就能更准确地帮助O2O公司判定一个线下用户转化成客户的几率，把推广的成本最大化运用到这群人身上。线下网络之于线上网络的区别，是数据类型、通道的多样化和采集难度，物联网技术是实现这些需求的成本最低、最具可行性的方法。如果想在政策上鼓励发展O2O和两化，应重点投入建设物联网，才能够为“互联网+”提供良好的环境支持。

需求是推动产业的最大动力。阿里着眼于占全国总消费额90%的线下市场；腾讯持续地为他的4亿QQ和微信用户添加更多的线上线下服务；京东由一个单纯电商平台转型成提供产品的软硬件、工业设计和营销服务的完整生态系统，各大互联网公司都在为他们各自的“+”布局，拥抱互联网也成了利尔达IPG事业群2015年的主题。

利尔达的优势在于节点端全面的传感和控制技术、无线传输技术及人机交互技术，和对各传统行业的触角与经验，与互联网公司的云技术及用户群形成非常强的互补，并且可以在项目初期实现系统架构和接口协议的标准化，与京东微联、QQ物联等团队，加上我们的客户伙伴一起孵化了不少通用性强、稳定、易用的物联网应用平台。互联网公司给物联网行业带来了新的商业模式，大大加速了物联网的普及和扩散，希望能有更多合作伙伴加入进来，一起为中国物联网发展贡献自己的一份力量。