



# “互联网+”下制造业转型升级路径优化

——以用户导向为推动力

张世彬

(杭州电子科技大学 管理学院,浙江 杭州 310018)

**摘要:**互联网的发展极大缩短了制造业与用户之间的沟通隔阂,用户具有消费与生产双重身份,以用户为中心成为企业发展落脚点,如何借助用户实现制造业转型升级成为重点和难点。通过分析用户导向方式及路径,从转换互联网思维、柔性化组织结构、企业前后端重组、用户维护与培养等方面进行制造业优化改进,实现制造业转型升级。

**关键词:**用户导向;互联网+制造业;转型升级;用户价值

中图分类号: F426.4

文献标识码: A

文章编号: 1671-931X (2016) 05-0066-03

66

## 一、引言

制造业是国民经济的主体,经过几十年的发展我国已经成为制造业大国,成为“世界工厂”,但是大而不强一直成为我国制造业发展困境。在制造业微笑曲线中,我国制造业企业大多处于低利润区间,转型升级成为企业必须思考的问题。互联网技术在制造业领域广泛渗透与发展,制造业与互联网融合呈现出智能制造、平台化运作、跨界经营等几大鲜明特征。互联网时代,赢利只是众多指标之一,不再是衡量企业生死的标准,取而代之的是用户的体验与价值。移动互联网时代,大量的网络平台的兴起为用户提供了更加方便的生产内容与分享信息的环境。

在互联网背景下用户已成为主角,用户已不仅仅是被动的接受企业产品,借助互联网技术,用户可以直接参与产品的制造过程中,倒逼制造业已成必然。制造业生产不能仅仅只看企业内部数据,依托互联网技术制造业有能力挖掘外部用户数据以指导企业制定计划。企业需要根据时代的变化,转变价值观念,实现从“产品为中心”向“用户为中心”转变。在互

联网与制造业融合中渗透用户思维,以用户为中心实现制造业转型升级。

## 二、用户需求导向及实现路径

在行业里,用户是最终和最挑剔的裁判员,用户是企业立业之本。在用户选择面前,一切商业法则、战略、模式或者壁垒都会变得次要。任何公司,无论大小,都有平等的机会在用户面前展示自己。用户需求得到满足是用户价值感知的基础,但这并不意味着只要能使用户需求得到满足就能够为用户创造价值,只有用户认为所做的付出小于自己从需求满足中得到的效用,制造企业才能为用户创造真实的可感知价值。用户价值还表现为用户需求导向创造的过程,在这一过程中用户作为推动力,促使企业不断优化、改进其所提供的产品、服务,以创造出更为优质的产品价值,实现良性优化循环,让用户在需求获取中实现制造业价值增值及用户价值优化。

### (一)用户导向方式

一切生产经营活动归根到底都是匹配生产与消费,正如 EV Hippel 强调的生产方领先需求进行产

收稿日期:2016-08-02

作者简介:张世彬(1992-),男,安徽六安人,杭州电子科技大学管理学院研究生,研究方向:物流工程。

品创新的重要性。在制造业与“互联网+”融合发展下,生产方可以更加有效、快捷、低成本地获取用户信息,并且平台的搭建将用户需求路径极大缩短,用户需求以最低的成本和最高的效率反馈推送给制造商,以用户需求为导向倒逼制造业生产。

在“互联网+”背景下用户成为制造业围绕核心,用户需求成为方向标,这些需求如何获取与捕获成为“互联网+”下企业发展的重要难点问题。首先需要明确制造业与“互联网+”融合下用户导向存在方式,依据制造业与“互联网+”融合态势,将用户导向方式归纳为如下几点:

#### 1.用户需求直接导向

正如长尾理论所述,在互联网经济时代下任何商品只要有生产就会有需求,同样的任何商品只要有需求就会有生产。首先用户通过平台渠道将需求直接快速反馈给制造商,在互联网下这种需求信息反馈、获取成本接近于零。同时制造商借助现代化生产技术可以快速将用户需求转换为商品,从而满足用户需求。商品生产不在是传统的先生产再销售,而是直接通过事实的需求数据直接挂钩供给与需求。

#### 2.用户数据预测导向

互联网作为一种全新的生产生活方式,已然不断的改变着生产与需求结构。用户不仅可以通过直接沟通的形式将自己需求反馈给制造企业,同样用户自身隐藏数据也可以对生产进行导向。大数据技术的运用为用户信息的分离和再利用提供新的方式,用户浏览访问路径被分类整理并重新聚合,将用户隐含、潜在、复杂、多变的需求转换为接近用户真实需求的数据。这些需求为隐性用户需求,用户虽未必会在第一时间产生购买需求,当契机产生时这些需求就会出现。例如,淘宝网推荐商品栏,这些商品并不是偶然出现在用户的浏览界面上,它是依据用户浏览商品及购买数据整理反馈给用户。用户并不会因为这些无缘无故出现的商品感到恼怒,相反可能还会感到幸运,因为可能自己心仪的商品正好在栏目中。这种隐性导向不仅创造新的消费,同时增加效率提高用户满意度。

#### 3.用户互动信息导向

用户需求不会凭空产生,但需求可以创造。在“互联网+”环境下用户群体内部互动及外部互动更加方便,微信、QQ、旺旺等一系列的交互软件为用户互动消除了阻碍。同样的用户互动一方面可以增加用户虚拟社会关系,提升用户对互动平台与软件的粘性,从而影响用户需求。例如,微店、蘑菇街等社交购物平台,以用户沟通交流为主,带动用户需求消费。另一方面用户与商家的直接互动不仅可以增加用户情感与粘性,同样的用户直接与商家沟通可以强化用户对企业的感知,增强满意度及归属感,并且通过直接互动不仅可以帮助商家改进商品,更能够

让商家直接把握一手需求信息,直接推动消费生产。

#### 4.用户价值创新导向

小米手机的成功在于利用QQ、微信、社区等一系列的网络社交工具,利用C2B的商业模式,让用户直接参与创新,最终生产出广受用户喜爱的产品,从而获得成功。在“互联网+”背景下,互联网平台的搭建,企业不断强化对用户创新的重视,以及互联网技术发展,信息获取便利性为用户直接创新提供强有力的支持。通常来自用户的创新都是具有实际效用的变更,用户价值创新不仅带来产品的创新,同样更创造新需求。没有出现的商品可能有需求,出现的商品一定有需求。

#### (二)用户导向实现路径

“以用户为中心”逐渐被当前制造业所接受,以需求为导向,倒逼制造业已成发展趋势与必然,用户导向成为企业生产指向标。用户主要通过以下路径实现对生产消费的影响。

##### 1.网络、平台与沟通

网络技术的发展为企业平台的搭建提供了有力的支持保障,平台模式的重要性已经被大多数企业所重视,借助平台使得企业可以更加有效的与用户沟通,获取直接数据信息。通过平台的在线交流沟通,反馈一手用户数据。

##### 2.浏览、足迹与分析

用户在网络上进行任何的浏览观看都会留下“足迹”,这些痕迹会被一一记录。这些非结构化的多来源的数据,经过事实数据处理与分析,会真实刻画用户在网络中的行为,并近似推断出用户需求,从而推测未来市场发展趋势。同时用户在线浏览数据直接反应当前用户需求,企业可以根据数据信息进行后台定制把控,促进用户有效满足需求。

##### 3.群体内外交互推动

群体通过内部的交互增加社会关系强度提升对平台的粘性,同时内部交互可以反过来带动需求,促进消费。例如,淘宝评论及对购买者询问购买信息栏目,通过购买使用者真实的反馈信息,可以为以后需要购买的用户提供更为直观的了解,当然虚假的信息可能会造成负面的影响,但不可否认这种交互影响对需求的产生与带动起到一定影响作用。群体外的互动中,用户群体与制造业沟通中,可以直接帮助制造企业获取用户信息,并且通过互动帮助用户更加深入的了解企业,增加用户对企业情感。通过与企业互动强化企业对用户认知,在沟通中提升服务水平,形成良性循环。

##### 4.用户直接创新

“互联网+”背景下,信息获取更加便捷,数据商品信息更加完善,用户能够更加高效便捷的参与产品改进与创新中。在用户参与中不断改进商品,创造出新的产品与价值。通过用户创新不仅产生新的需

求,带动消费。同时让企业更加注重用户价值,通过平台等一系列的网络手段,强化与用户沟通交流,提高服务水平,吸引更多用户参与企业产品创新改进。

### 三、基于用户导向的制造业策略优化

在“互联网+”下以用户行为为导向实施过程中,企业不可避免的需要进行全方面的变革与更新。在“互联网+”背景下,依托用户导向,在“产品为中心”向“用户为中心”转变中,制造企业应从以下几个方面入手,借助用户并依托互联网实现企业转型升级。

#### (一)转换互联网思维,打破传统价值主张

传统经济逻辑下盈利作为唯一准则或目标的价值主张在互联网环境下已经不在适合,当前盈利不再是企业衡量生死的主要标准,用户成为企业经营活动的围绕中心。企业必须从“产品中心论”向“用户中心论”转变,借助互联网平等、开放、协作、共享的精神。以互联网思维打破传统价值主张,以用户为导向,依据用户需求与信息,确定目标市场,以用户为中心,集聚用户力量,为制造业转型升级凝聚坚实基础。

#### (二)柔性化组织结构

在“互联网+”背景下,制造业传统资源配置、运营环境发生极大变化,面对用户多样化、个性化的需求,传统组织结构已然成为企业发展的束缚力量。在用户导向背景下,企业必须具备柔性组织性能,能够依托事实用户需求进行生产运营,只有这样才能更好的获取用户支持,实现用户导向,促进企业发展。制造企业与“互联网+”融合的过程也是其组织结构变革的过程,需要企业不断学习,适应当前时代发展。

#### (三)企业前后端重组

互联网背景下,制造业以用户为导向变革中,不仅需要组织机构柔性化,其前端与后端也需要进行相应的重组,以适应互联网环境的变化。在前端销售与物流等环节中,需要消除一切不必要的中间介质,实现与用户直接沟通,让用户信息直接有效反馈给企业。借助互联网技术,在前端有效的实现用户需求反馈与获取,同时提升用户满意度,增强用户粘性。在后端设计、库存、生产等环节中,也必须借助互联网技术,以用户需求为核心进行变革与更新。以用户需求为导向,满足个性定制需要,只设计生产用户需要的产品,真正实现“产品为中心”向“用户为中心”转变。

#### (四)用户维护与培养

用户作为企业的立业根基,需要企业不断的维护与培养,在互联网经济下企业不能仅仅将维护用

户作为销售手段,更应将用户培养放在重要战略位置上,贯彻“用户为中心”思想,围绕用户进行企业运营。互联网经济中,用户的转换成本非常低,企业必须将用户维护与培养作为长期战略。不仅在产品与售后中追求更高的用户满意度,更要在用户互动与交流中给予用户归属感,增强用户依存度。例如,苹果手机更新系统都会考虑前几代的机器,推送信息并不仅仅面向当前主流机器,虽然前几代产品可能已经停产用户也很少,但并不影响苹果系统信息的推送。仅仅是推送信息就会给用户一种企业不会忘记老顾客的感觉,这种感觉会蔓延到整个使用产品的用户,进而提升用户满意度,增加用户黏性。

### 四、总结

在制造业与“互联网+”融合背景下,依托互联网技术的支持,用户的行为已然对企业产生重要的影响,用户全面参与企业运营成为发展趋势,“用户为中心”成为必然。在制造业与“互联网+”融合发展下,以用户需求为导向,分析用户导向以及实现路径,提出优化制造业发展策略,实现制造业在“互联网+”背景下的转型发展。

#### 参考文献:

- [1] 魏如清,唐方成.“互联网+”背景下用户价值创新的挖掘[J].中国地质大学学报(社会科学版),2016,(02):134-141.
- [2] Trusov M, Bodapati A V, Bucklin R E. Determining Influential Users in Internet Social Networks[J].Journal of Marketing Research,2009,47(4):643-658.
- [3] 张曙.工业4.0和智能制造[J].机械设计与制造工程,2014,(08):1-5.
- [4] 赵振.“互联网+”跨界经营:创造性破坏视角[J].中国工业经济,2015,(10):146-160.
- [5] 陈超,陈拥军.互联网平台模式与传统企业再造[J].科技进步与对策,2016,(06):84-88.
- [6] 罗珉,李亮宇.互联网时代的商业模式创新:价值创造视角[J].中国工业经济,2015,(01):95-107.
- [7] Hippel E V, Flowers S. Comparing Business and Household Sector Innovation in Consumer Products: Findings from a Representative Study in the United Kingdom [J]. Management Science, 2012, 58(9): 1669-1681.
- [8] 李海舰,田跃新,李文杰.互联网思维与传统企业再造[J].中国工业经济,2014,(10):135-146.

[责任编辑:张磊]

(下转第78页)

# Transformation and Upgrading Path Optimization of Manufacturing Industry under the Background of the Internet plus

ZHANG Shi-bin

(School of Management ,Hangzhou Dianzi University, Hangzhou 310018, China)

**Abstract:** The development of the Internet has greatly shortened the communication gap between the manufacturing industry and users. The user has the double identities of consumer and producer. Take the customer as the center to become the enterprise development goal and how to help users to achieve the transformation and upgrading of manufacturing industry has become a key and difficult problem. Through the analysis of user-oriented way and path, from the transformation of the Internet thinking, flexible organizational structure, enterprise front-end rearrangement, user maintenance and training and other aspects of manufacturing optimization and improvement, to achieve transformation and upgrading manufacturing industry.

**Key words:** user-oriented; manufacturing industry under the background of the Internet plus; transformation and upgrading; users' value