

这16个行业在未来可能变这样……

包括零售、餐饮等

互联网最有价值之处不在于自己生产很多新东西,而是在于对已有行业的潜力再次挖掘,用互联网的思维去重新提升传统行业,这16个传统行业会有怎样变化?

1、零售业

传统零售业对于消费者来说最大的弊端在于信息的不对称性。而C2C、B2C却完全打破这样的格局。大大降低了消费者的信息获取成本。让每一个人都知道这件商品的真正价格区间,消费者不再蒙在鼓里。

预测未来的零售业:

- ①会变成线下与线上的结合,价格同步。
- ②同质化的强调功能性的产品将越来越没有竞争力,而那些拥有一流用户体验的产品会脱颖而出。
- ③配合互联网大数据,将进行个性化整合推送。

2、批发业

传统批发业有极大的地域限制,一个想在北京开家小礼品店的店主需要大老远地跑到浙江去进货,不仅要面对长途跋涉并且还需要面对信任问题。

预测未来的批发业:

- ①在互联网的影响下,未来的B2B应当是彻底的全球化,信任问题会随时间很好的建立。
- ②在互联网繁荣到一定程度后,中间代理批发商的角色会逐渐消失,更多直接是B2C的取代。

3、制造业

传统的制造业都是封闭式生产,由生产商决定生产何种商品。但是在未来将会由顾客全程参与到生产环节当中,由用户共同决策来制造他们想要的产品。这也是注定要诞生的C2B全新模式。

预测未来的制造业:

- ①传统的制造业将难以为继,大规模投放广告到大规模生产时代宣告终结。
- ②会进入新部落时代,个性化,定制化,人人都是设计师,人人都是生产者,人人都在决策所在的部落的未来。

4、广告业

传统广告行业理论已然崩溃,当前已由大规模投放广告时代转变为精准投放时代。精准之处不仅仅在于关键词投放,投放者还可以选择投放时间、投放地点、模糊关键词投放、完全匹配关键词投放等等精准选择。

不仅在搜索处如此精准,在网站联盟投放也讲究精准。精准之程度,对比传统广告业可谓空前。

预测未来的广告业:

- ①未来的广告业将重新定义,进入精准投放模式。
- ②未来广告业将依托互联网大数据进行再建立。

5、新闻业

自媒体,以及小微媒体可以说是随着互联网发展进程的必然产物。互联网进化最大的特点就是,透明!

传统新闻业的报道都是冷酷客观的,而自媒体则更加主观更加人性化,也就是说未来的自媒体,不仅仅是某个行业新闻发布的品牌,还是一个有血有肉的个人人格。

预测未来的新闻业:

自媒体模式必将寻找到可行的赢利点,届时未来会有更多的新闻业中的人会选择办自媒体。

6、通信业

传统的通信业,如寄信、通话等都是为你开路然后收钱。而互联网要求人与人更紧密地链接,每一秒都可以以最低成本随时联系得到,于是3G、4G的普及也同时意味着特洛伊木马的彻底接入。

预测未来的通信业:

- ①世界可能不再需要手机号码而是WiFi,对电话和短信的依赖越来越降低,直到有一天电话的技术被彻底封存起来,就像当年的电报一样。
- ②未来你的手机不再需要2G 3G 4G 5G……信号,而是WiFi,那时候的WiFi技术也将升级普及,WiFi技术会进行无缝对接,无处不在。

7、物流行业

电子商务撬动物流行业。可以说物流行业沾了电子商务的光如此红火。

从互联网的要求来思考物流业面对的压力:

- ①电子商务要求服务更完善的物流。
- ②电子商务的不断繁荣决定物流将面临更大的承载能力。
- ③由互联网建立的问责机制会使物流业优胜劣汰。

预测物流行业:

- ①最后会产生几足鼎立的局面,小鱼要么被大鱼收购吃掉,要么自生自灭,而活下来的大鱼一定会建立起非常完备的整套流程。
- ②活下来的物流企业对用户的服务也将随竞争优化,无论是对收件人还是收件人,这些活下来的物流公司都会为其建立起完美的超越以前服务。

8、酒店业与旅游行业

传统的酒店业与旅游行业由于信息的不透明性,经常会发生各种宰客现象。而当互联网出现后,这些被隐藏在黑暗角落处的东西,被彻底挖掘出来晒在阳光下。

预测未来的酒店业与旅游行业:

- ①互联网为二者建立起强大的问责制,未来一定有个大一统平台对这两个行业进行细致的评判考核。消费者受害的可能性会大大降低。
- ②从消费者的角度再转移到这两个行业本身来说,这两个行业的未来一定会利用起互联网大数据,对消费者的喜好进行判定。

9、餐饮行业

在中国的本地化O2O点评,消费者可以对任何商家进行评判,同时商家也可以通过这些评判来提升自己的服务能力。

预测未来的餐饮行业:

- ①将会由互联网彻底带动起来,会有越来越多的人加入点评中,餐馆也会愈加优胜劣汰。一个真正好的餐馆会在互联网上聚集成一个小部落。而一个没有特色的餐馆,连被评论的资格都没有。
- ②在环节上进行更大的效率优化。其中一个标志性的最大的特点就是用户就餐零等待。

10、金融业

预测未来的金融业:

- ①会全面互联网化。以大数据为依托,互联网会要求双方都有极高的透明信息,在最短时间内建立信任。
- ②投资方与被投资方的信任问题将会直接由互联网的游戏规则进行建立。同时风险的评估也会更加透明客观且准确。
- ③每一个被投资方的全部信息都会完全公开。他无法伪造任何虚假信息,也无法遁逃。

11、保险业

传统保险行业最大的不透明性在于代理层级关系的错综复杂,以及上游的伪装信息。是的,保险业回归的时间到了。我们需要更简单更直接地面对面接触。

预测未来的保险业:

- ①将会逐渐摆脱人际关系,以更直接的方式面对投保人,全部风险利弊不再隐藏,而是由互联网的群蜂智慧来将其透明进行更公正地解读。
- ②未来的投保一定更细分更人性,依托广告业的变革,投保的广告也会更精准。

12、医疗业

从患者角度预测医疗业:

- ①各个医院以及医师的口碑评价会在互联网上一目了然,当你看完病你就可以马上对该医生进行评价,并让所有人知道。
- ②用户的生病大数据会跟随电子病历永久保存直至寿终。
- ③未来物联网世界会将你的一切信息全部联网。你几时吃过什么饭,几时做过什么事,当天的卡路里消耗统统上传到云端。医生根据你的作息饮食规律即可更加精准地判断。
- ④更多时候,患者可以选择无需医院就医,基于大数据的可靠性,可以直接远程解决,药物随后物流送达。

13、教育行业

将单一片面的价值观打下神坛,让各种价值重新回归社会,对人的才能进行各种认可。

预测未来的教育行业:

- ①互联网会改变教育行业的价值取向,将单一的以成绩为主导的教育转变为对人个性的全面认可与挖掘,从单一走向多元,再从竞争走向合作。
- ②开挖大数据,建立人格发展的大数据心理模型,对人进行个性化的发展以及长远规划。

14、电视节目行业

传统电视节目时代,人更像是被迫选择,而互联网使得人的自由选择有了可能。将选择权来了一个大翻转。

预测未来的电视节目行业:

- ①互联网会让电视节目行业更加优胜劣汰。
- ②各种有创意的网络节目会横空出世,挤压这块市场。
- ③电视节目行业也可能会有本地化的OTT情况出现。你会看到本地一个人在录一个本地化的方言节目,无所谓好坏,这是互联网长尾必然会诞生的产物,只要时机一到便会涌现。

15、电影行业

预测未来的电影行业:

- ①将出现各种井喷状态,各种外行不断介入来搅局。
- ②长尾小众化需求,部落化生存可能实现,未来的电影制作成本将大幅降低。

16、出版业

预测未来的出版业:

- ①纸质书还会继续存在:1.经典著作。2.个性化定制。
- ②正版书籍将会受到应有的尊重,盗版逐渐消失。
- ③长尾部落化生存,广告出版电子书不足以养活作者,那么一定会有全新的赢利模式出现。