

物联网及 新近供应链领域的 数字化转型

全面探索，不止于想象
点击[此处](#)预约顾问咨询

探索更多可能，正当时

想象这样一种技术：它点亮黑暗，从此，供应链里不再有信息孤岛，机器里也不再有点断。以互联创造透明化，一切都如期发展，实体与数字化达成同步。

没错，是时候探索更多可能。

艾利丹尼森思创
成就无限可能



成就无限可能 | rfid.averydennison.cn

目录

执行摘要	3
物联网：从半成品到下一个大事件	6
物联网：艾利丹尼森思创，成就无限可能	8
供应链革命才刚刚开始	12
物联网发展回顾：一切始于一台自动售货机	13
供应链开启无中间商模式	15
曾经是从农场到餐桌... 现在是从码头到商铺	16
购买，但是以无接触的形式	18
令人满意的鞋履...以及食品	20
艾利丹尼森全球座谈会 (2020 年 4 月)	22
结语	24

关于艾利丹尼森

艾利丹尼森 (纽交所代码: AVY) 是一家材料科学与制造的全球企业, 专注于设计制造各种类型的标签与功能性材料。公司的产品被广泛应用于各个主流行业, 包括标签与标示应用的不干胶材料; 工业、医药和零售应用的胶带和其他联结解决方案; 服饰应用的吊牌、标签和装饰; 服装零售、食品、物流、美妆等行业应用的无线射频识别 (RFID) 解决方案。服务于全球市场, 运营部门遍布于六大洲的 50 个国家, 拥有三万名员工, 2019 年的销售额为 71 亿美元。欲了解更多详情, 请访问 www.averydennison.com。

研究方法

本报告采用一级和二级研究方法结合的方式。一级定量研究使用 SmartSurvey 展开。SmartSurvey 是一个多问题、多选项的独立数字化平台, 得到全球众多组织和企业的信赖。收到来自亚太地区、美国、欧洲、中东和非洲地区的 C 级高层管理人员和其它管理人员的回复共 710 份, 涉及领域包括技术、物流、零售、供应链管理以及销售。深度一级定性研究由艾利丹尼森通过一系列访谈获得。二级桌面调研为此提供了支持。



83%

的 C 级高层管理人员
相信, 供应链及其相关
技术可以帮助企业实现
其可持续发展目标

物联网 (IoT)
你听过这个词，
知道它的缩写，
但这究竟意味着什么呢？

随着数字化时代的不断加速发展，新的行业颠覆者们逐一登场，我们对于物联网 (IoT) 在全球供应链运营和客户体验中将扮演的角色进行探索。

随着物联网从概念到“半成品”再到全面实现，我们推测，其迅速而彻底的变革将很快出现在各个关键性行业，从食品供应到零售循环经济，实体产品不仅仅“天生”带有数字化属性，还将从购买时刻起开启“第二次生命”。

在这个微妙而充满不确定性的时间点，全球专项研究小组已在 2020 年第一季度结束前启动，可以说，对于行业领导者和 C 级高层管理人员的态度解读从未如此及时和精准。

可持续发展已不再仅仅是企业的宣传口号和良好的公民意识，我们将会看到全球各行各业开始更深入地审视其自身行为的结果效应。

从世界 500 强到独立的私营企业，提升可持续发展行动将成为核心议题，董事会层面的作为 (或不作为) 将对于随之出现的 B2B 和 B2C 决策产生积极 (或消极) 的影响。商业领导者的作为和不作为将迅速在系统中发挥作用，引发商业和消费者层面的结果，并迅速在企业收益上得到回馈效应。这是一组连锁反应，循环互为因果。

在 2020 年以及更远的未来，我们将看到在良好而明智的言论背后，品牌本身、品牌背后的企业、技术提供者、以及商业领导者将如何将其实现为更好的行动。

新冠疫情以一种最公开又最个人的方式，将简单的“供需”原则鲜明地展现在每个人的面前。我们的产品来自哪里？里面包含什么？我所购买的产品是不是用“正确的东西”做成的？如何保证我的产品能够上架？如果没有这样的保证，我有什么其它的选择？

执行摘要（续）

随着反应迅速的企业崭露头角，“学习型供应链”正在成为一种保持竞争力并将产品送达客户的方式。市场正在变得更为积极、更具适应性、以及更加自力更生。

在这个决定性的时刻，我们可以并且应当看到许多积极的影响。这听起来像是老生常谈，但我们确实处于风口浪尖之上。

所以，更确切地说：我们正处于风口浪尖之上。供应链的革命就在眼前。它已经成为了人人关心的问题，并关乎每个人的健康。许多人，甚至是绝大多数人，都对此承担着责任。毫无疑问，数字创新和创新者们将引领这一时代的召唤。

如果处理得当，在持续地创新和关注下，无论从短期还是长期层面，科技与良好判断力的明智结合将以真正意义上的积极方式定义我们的未来。微芯片和 RFID 标签这些小物件的效用和功能与当下全球最为紧迫的主题息息相关。这就是供应链革命。每一位读到这些内容的读者，希望引起你们的共鸣。

你们都是这场变革的参与者。

Francisco Melo
艾利丹尼森思创副总裁兼总经理



An aerial photograph of a port scene. A large container ship is docked at a pier, with its deck covered in colorful shipping containers (red, blue, white, green). A large yellow gantry crane is positioned over the ship. To the right of the ship, a multi-lane road runs parallel to the water, with several trucks and cars visible. The water is a deep blue-green color. The overall scene depicts a busy maritime logistics hub.

65%

的受访者认为, 新冠疫情
之后, “可持续发展” 将
变得 “更加重要”

物联网：从半成品到下一个大事件

目前，还处在纸上谈兵多过实际应用案例的阶段。

和所有的描述一样，“物联网”在成为现实之前只是一系列想法和概念的集合。

与数字科技领域的许多概念一样，“物联网”目前还是一个“半成品”。一部分虽已实现，但还有更多的在等待被实现。这个想法被构思、被表达、被传播，邀请着人们抓住并善用它。

“语汇学”的真谛在于，一些时候，这种邀请会激发人们的思考，并迎来主流群体的推崇。另一些情况下，则不过昙花一现。现实中充斥着各种虚浮和天马行空的想法。

但我们可以明确地说，“物联网”绝不会在技术文化的舞台上早早谢幕。这一术语不仅仅富有生命力，且处于关键时刻——一个将“半成品”真正变成现实并融入我们日常生活的关键时刻。

曾经，人们条件反射地将所谓的“物联网管家”想象为那些提醒你需要再买一些牛奶的“智能冰箱”这一类产品。但物联网的“杀手锏”却是在于无处不在的全球化收益。

物联网 - 名词

物联网 (IoT) 是一个系统，包含着相互关联的计算机设备、机械以及数字化机器、物品、动物或人类，以唯一识别码 (UID) 通过网络在无需人人交互或人机交互的情况下传输数据。

通过物联网，我们能够将万维网升级为真正的实体与数字联合操作系统。

“真正的实体与数字联合操作系统”听起来可能有些故弄玄虚，因此，在开始对这一主题、应用案例以及未来的赢家展开探索之前，让我们先来快速、简单、清晰地明确一下这个概念的定义。如上所述，“唯一识别码”和“能够传输数据”是两个关键点。

“唯一识别码”位于物联网生态系统的中心位置。

UID 是一切的核心，没有它，整个系统将失去连结，分崩离析。它是令所有其它因素都要围绕其运转的明亮的太阳。核心也好，太阳也罢，无论采用什么样的比喻，这一点都是牢牢固定的。每一件实体产品都需要一个 UID，才能让物联网的承诺成为互通互联的现实。

*信息来源：维基百科



78%

的全球 C 级高层管理
人员将客户体验视为
供应链运营的一部分

物联网： 艾利丹尼森思创 成就无限可能

“标签”...让每件实体产品成为 “物联网”的一部分

如果你可以以唯一识别码标记任何实体物品，同时该标记（或者称之为“标签”）能够传输并接入互联网，则“物联网”从概念到现实的距离只有一步之遥。

这一点在字面上，以及更深远的层面，意味着什么呢？

让我们先来看一下字面意义和“那个谦卑的标签”。一张贴在产品或者包装上的印刷纸片，如今拥有了成为物联网推动者的潜质，是时候“重新定义标签”了。

在 21 世纪的语汇中，标签也可以成为一个“实体与数字化”间的连接者。正如艾利丹尼森思创全球市场传讯总监 Hannah Bernard 在《福布斯》2020 中所言：

“延续我们对于印刷纸质标签的传统认知，只需在其中加入微芯片和天线，‘标签’将即刻变为一条无形的纽带，所有实体物品都可以由此进入云端互联。简单来说，匹配的标签可以将几乎所有实体物品变为物联网的一部分。而当你再次从生产、制造、成分、以及全球供应链的角度来思考这一切时，将彻底令人大开眼界。”

“彻底令人大开眼界”：一个富有指导意义且一针见血的表达。

更深入的见解、更全面的认知、对于相关因素和参与者的更多了解——这是全世界的企业和商业领导者们的夙愿。这也是基于物联网的技术所能带给我们的深远意义。

当我们层层归因回到经济世界运转中最基础的基石时，我们看到的就是“供需关系”。如此简单，如此基础，又如此重要，不多不少，恰如其分。

复杂性，在主流层面，将进入“供需关系”的平衡，从四个维度在全球范围内展开。全球供应链不仅仅是一个半可见型的跨国制造链。供应链，拥有如此多样的形式、规模和特质，是全球化浪潮中的令人着迷的存在。以我们目前的能力，还只能完成其中一部分的管理和建模。





56%

的全球 C 级高层管理
人员相信，品牌安全性
对于客户的购买决策
有着积极的影响

物联网： 艾利丹尼森思创 成就无限可能（续）

“

信息缺口使我焦虑。时间的流逝是未知的。一批货物抵达码头后，在进入下一段配送之前，可能要在那里停留一个小时、五个小时、甚至一天。这个信息缺口中发生了什么？也许什么都没发生，但我们无法确知。这种担心可能来自于任何事情，无论是盗窃或是污染等等。我要的不是盲目相信或侥幸希望。我希望有确切的信息。我希望物流解决方案可以消除这些疑惑。不再有信息缺口，不再有不确定性。

”

Helen Priestley, 艾利丹尼森全球首席市场营销官，2019 年 6 月，艾利丹尼森访谈

跟踪、追溯、采购、监控：这些因素和参与者往往不是线性的，且变化迅速，如果可以实现数字化，则将更为可控，也更为精准。

将供应链中的物理和时间元素数字化是大局，也是宏观视角的焦点，这将最终催生出 21 世纪的消费主义和资本主义 2.0。借用 Priestley 前面的话，那些信息缺口能够得以闭合，验证那些不能验证的，系统不再带来担忧和疑虑，未知的也能得以洞察了解。不仅仅是商业领导者们在竞相争取更大程度的清晰性和确定性。当下紧张而焦躁的情形下，这同样是公众和消费者的诉求。

A close-up photograph of a person's hands holding a dark-colored smartphone. The person's fingers are visible, with light-colored nail polish. The background is a blurred retail environment with shelves of products and bright overhead lighting.

67%

的全球 C 级高层管理人员
相信他们的客户会对供应链
运营进行积极的考量

供应链的革命 才刚刚开始

智能标签使得全球供应链 忽然具有了“设计可持续性 和可信性”

说到“供应链”时，我们可能会想起经济学或地理学课程里的某些一闪而过的概念，我们早就在记忆中将其归入了“全球制造实践”之类的范畴。但当我们开始考虑这个时代真正的大问题和全球化焦虑时，这样的归类方式就将被颠覆。就此，仅仅作为一个起点，请想一想：可持续发展、采购、企业社会责任、品牌安全性以及产品完整性。换言之，那些庞大、复杂、刨根问底的担心，事实上或许可以通过“供应链最佳实践”得以实现。而这得益于“智能标签”的引入，供应链由此转型成为可以被跟踪、追溯、验证和问责的物联网生态系统。

尽管供应链通常被视为是“幕后”工作，这并不意味着它要一直被隐藏在视野和责任之外。现在，这些都将发生改变。

智能标签技术使得全球供应链的“设计可持续性和可信性”成为了可能。智能标签让每一件实体产品的“谁、什么、在哪里”等信息能够成为绑定无可辩驳的事实和绝对可视性的数据点。以“在哪里”为例，原产地证明由此得以确保，以符合道德标准的原材料和制造信息等数据线索作为证明。



物联网发展回顾： 一切始于一台 自动售货机

了解原产地的故事， 总是有价值的

Information Age 商业技术负责人 Kevin Lonergan 将物联网相关的专有名词描述成“术语动物园”。他非常恰当的指出，缺失了清晰度和一致性的描述“在实践层面是无用的”，也是“终端用户困惑的来源”。Lonergan 用一个简单的事实对此进行了解释：物联网这个词的出现要先于我们当前所处的智能手机、平板电脑以及云端计算的世界。简单来说，物联网这个词，是带有文化内涵的。

一般认为，“物联网”这个词最初由宝洁公司（后加入麻省理工大学自动化身份识别中心）的 Kevin Ashton 于 1999 年提出。在那时，Ashton “认为能够使用计算机管理所有个体物品的射频识别（RFID）是‘物联网’的关键”^{*}。尽管从一开始就认识到，从最现实的层面看，物联网的内核需要 RFID（或类似技术），但 20 几年来，“物联网”的概念一直在寻找着可行性、前沿应用和价值定位。

具有讽刺意味的是，物联网的第一个“前沿应用”有着非常清晰的价值定位，比 Kevin Ashton 那个广为人知的描述早了 17 年。

早在 1982 年，卡内基梅隆大学就提出了“智能设备网络”的概念，对可口可乐的售货机进行改造，使之可以报告库存情况以及新放入的饮料的温度状态。

物联网解决方案常常被认为缺少（1）对终端用户而言清楚的应用案例，或（2）对企业而言同样清晰的投资回报信息。然而，卡内基梅隆大学的物联网鼻祖们早就清晰而简洁的呈现了这两点。对他们而言，很简单，物联网可以是一个库存解决方案，使库存能够与需求相匹配，预防过度购买，永远不让消费者因为产品缺货或饮料温度不适宜而感到沮丧。





40%

的全球 C 级高层管理
人员关注其供应链中的
品牌安全性

供应链开启无中间商模式

从阵地守护到公平公正的竞争



“赋能”是数字化时代最早的主题之一。“数字化”是一种解放的力量，和开放的邀请态度。

数字化时代为人们带来了力量，因为“互联”同样代表着“通路和方法”。我们都可以创建、上传、分享，我们的才华可能被展现，也可能不会。无论在哪种情况，你、我、我们所有人都被邀请参与其中。建立在民主和平等原则上的开放市场对所有人都是公平的，所有人都有权利表达自己，并参与到集体讨论之中。

“互联网”在任何层面上都是开源的，这意味着明显的权利转移。“个体”和“组织”第一次在平等的地位上展开操作。“前数字化时代”中，组织是阵地守卫，是传统操作的守护者，代表着正统的规则与行为，这都是个体需要打破的。想要成为一名艺术总监、作家、艺术家、诗人、模特、电影制作人、或者服装设计师？那你就必须找到一份工作，或者作为学徒，或者从经纪人、画廊、工作室等处获得正式的代表权。要“单打独斗”，是一个艰难的过程，你站在门外，无法“打破”界限或者进入主流视野。但有了“数字化”，一切都变得不同了。顷刻之间，没有人是门外人。

快进到我们的“当下”，平等的竞争原则已经进入了供应链领域。为什么？

一如既往地，是因为需求催生发展。

曾经是从农场到餐桌... 现在是从码头到商铺

替代型供应链和微供应链的出现

《泰晤士报》近期（2020 年 4 月）的一篇文章提出了这样的问题：“当餐厅停业、出口渠道崩溃、超市也关闭了生鲜摊位时，您如何处理一整船的鱼？”

“从海洋到餐桌”或者“从码头到商铺”（取决于你觉得哪种表达更能引起你的注意），已经成为了供应链领域的一个重要分支，取得了主流媒体的关注。

记者 Jon Ungood-Thomas 在回应他的开场白部分时，描述了英国普利茅斯渔民正在开展的一项必要尝试。

社区企业 Call4Fish.com 是最近对被其联合创始人 Rodney Anderson 称为捕鱼业所面临的“经济海啸”做出的一个回应之一。

“我们从星期五（2020 年 3 月 20 日）开始这个项目（Call4Fish），用 72 小时建立了这个网站。仅仅在第一周，就有 1,500 箱鱼从普利茅斯运出。”联合创始人 Terri Portmann 说。“而后，我们开始收到港口的反馈。”

人们仍然需要食品，仍然希望吃到新鲜的鱼，但当常规的供应链不能工作时，你会怎么办？简单的回答就是，创新和应变。

Call4Fish 就是一次减少依赖性的实践，在老牌“明星”忽然感染流感而抱恙时，快速发展的“替代型供应链”被推到了聚光灯下。

为了维持经营，将农产品送到终端用户的手中，人们纷纷开始自己操刀处理一些事情，Call4Fish 绝不是个案。绝望的时代所需要的不是绝望的方法，而是创新的出路。

对于美国的日常生活品牌们来说，他们的业务虽然早已家喻户晓，但如今，他们正在重新创新，将产品分解为统一的部件，并直接销售给消费者们。

当你没办法直接销售三明治时，你可以销售你的三明治配料，做好你该做的事情。具体来说，就是暂停核心业务，开拓一条副线作为生命线。

正如赛百味食品所宣传的，“告别排队，甚至无需来到赛百味餐厅，您即可无接触地获取必要食材。”

Panera 和 California Pizza Kitchen 也同样快速进行了战术调整，将其业务转变为微供应链模式，客户们面对大型连锁超市和当下前往超市的限制和顾虑时，拥有了新兴替代选择。

现在，餐厅有了更多销售食品的方法。Panera 和赛百味在新冠疫情中开始转变经营模式，直接销售食材，以应对疫情的发展。4 月 1 日，CPK (California Pizza Kitchen) 开始销售半成品食材包，让那些披萨爱好者们在家自制品牌的招牌产品。一些食材包可以在新成立的 CPK 市场购买到，包括新鲜农产品、肉类、海鲜、牛奶、啤酒和葡萄酒。

today.com, 2020 年 4 月

购买, 但无接触

当无接触和无摩擦, 变成 无触碰和更安全

星期日泰晤士报 2020 年 4 月 19 日的社论版“封锁后的生活”中发表有一篇题为《瑞典人的安全购物新方法——无导购》的文章。

这篇关于零售业满足消费者需求的报道介绍了一家叫做 Lifvs 的地方店铺, 其位于中世纪古镇乌普萨拉外不远的冷杉林中。

Lifvs 内整齐摆放的货架, 陈列着鳄梨、燕麦奶、鸡胸肉和腌鲱鱼, 但是店内没有工作人员。取而代之地, 是这个隐世小镇的居民们可以下载一款手机应用程序, 用以打开店门、扫描食品并进行线上支付。

Louise Callaghan, 《星期日泰晤士报》, 2020 年 4 月 19 日

Lifvs 目前在瑞典共有 14 家门店, 年中无休全天候营业。Lifvs 计划将在瑞典境内开设 80 家门店, 位于意大利的瑞典贸易监管机构也正在计划引入 Lifvs 模式。

“我们希望人们可以在这里买到一日三餐,” Lifvs 联合创始人 Bea Garcia 介绍说, “对于那些风险人群而言, 考虑到前往大超市可能会需要搭乘公共交通, 来这里可能会更为便捷和安全。我们的老顾客们都认为应用程序使用很简单。”

当然, 无摩擦购物并不是一个新概念, 但其推广程度一直不温不火。它一直是书面讨论中的热门话题, 通常采用试点或快闪店形式, 不能规模化推出的顾虑主要在于不够人性化和不够完美的客户体验。



相反，非接触式支付方式早已成为了主流。伦敦地铁的 Oyster 卡 NFC 技术 (于 2003 年 6 月推出) 是早期非常提升信心的应用案例。而谷歌和苹果支付后来居上，推动了这一模式的普及。

我们预期在未来 24 个月之内，新的无摩擦、无接触式应用案例将会快速铺开。零售和服装业可能会依赖于物联网驱动的技术和无人商店，以此应对公众焦虑和持续的社交距离需求。

这不会是一个简单的回到前新冠时代的案例。新的技术与一些可以被快速治愈的流行病不同，它们一旦出现就不会消失，必须制定措施、缓解和变通的方法。这些可以被看作是一系列的问题和焦虑，或者一系列的挑战，而一些必要的技术解决方案已经触手可及。

和“前新冠时代”认为病毒之前不存在一样，“后新冠时代”错误地暗示了新冠病毒在未来的终结和消失。事实上，新冠病毒在短期内不会被根除。它将成为我们在短期到中期日常生活和全球化作业的背景。“新冠纪元”更准确地反应了病毒将在我们的生活中持续存在的情况，这迫使我们寻找更多变通的方法，而新的因素和参与者就将在这个过程中产生。

作者 Simon Pont 在 2020 年 5 月发表于《The Drum》的文章中列举了一些“新冠纪元”中可能脱颖而出的赢家。

“

新冠纪元即将迎来一批新的赢家。这些赢家所处的领域显而易见，比如：宽带和流媒体服务、视频会议供应商、社交媒体平台、电商、数字瑜伽和冥想服务。但这个逻辑将会逐步延展到外围的一些领域。新的医疗技术玩家将会诞生。基于众包数据和行为建模将大行其道。可穿戴技术、地理定位和物联网将形成新的交叉点，并出现众多主流应用案例。“新零售”不仅仅谈论无摩擦购物和无接触技术在“节约时间”方面的好处，还将迅速指出其在减少健康威胁方面的价值。

”

Simon Pont, 《The Drum》, 2020 年 5 月

令人满意的鞋履... 以及食品

我们的未来需要更具良性的循环性。

评论员 Afdhel Aziz 在《福布斯》(2019 年 11 月)中提到了阿迪达斯的未来工艺。Loop 运动鞋是“近代历史上最具开创性的产品之一”。对于未来工艺, Loop 作为“世界上第一款完全可回收的循环经济运动鞋”有着极高(且遥遥领先)的地位。

建立一次一个产品, 这种真正意义上的循环经济智能标签技术助力所带来的显而易见的价值。消费者和零售商对此有着共同的愿望, 它是高尚而值得称赞的。

阿迪达斯商业模式战略总监 David Quass 解释说, 这是他个人的意愿, 同样也是企业的愿景所在:

“我已经在阿迪达斯工作了一段时间。我热爱这个品牌。想到这些‘运动品之光’的产品在垃圾场里腐烂的样子, 让我感到很沮丧。作为消费者, 我们享受购买的乐趣, 但其对于这个星球带来的一些后果却是毁灭性的。”

Quass 的话不仅仅解释了“做好事的初心”或希望“做好事的态度”。在这个特殊的时代, 它们是冰山一角, 但将迅速得到世界各地绝大多数人们的认同。

如果 2020 年教会了我们一些事情的话, 那就是, 大自然会采取干预措施, 强迫我们回归正途。

我们清楚地理解和切身体会到, 我们对这个星球的滥用、对资源的消耗, 以及不负责任的行为将迫使我们走上一条路, 一条因果相承的路, 一条通往未来的潜在毁灭的路。

食物链可能带来反噬。到底在我们把“环境”逼到什么程度时, 它才会决定反咬一口? 然而, 我们面前的道路不止一条, 没有哪一条是不可避免的。在许多行业中, 通过循环经济展开的救赎渐渐从企业的边缘意识变为关注的前沿中心。因此, 很快地, 人们将对“我们所购买的物品”进行重新考虑和评估, 所有权到底意味着什么, 它对我们有什么“价值”。

“

阿迪达斯每天销售运动鞋约 130 万双。每一双都代表着一次产品销售, 然后就消失在地球的信息空白之中。世界上有数十亿双阿迪达斯运动鞋。但现在, 并没有办法追踪单个产品的生命周期。想想看, 消费模式可能发生怎样的变化。不断攀升的自我表达的需求, 越来越有意识的购买行为, 循环利用和回收的吸引力, 将产品看作是资源.....这些将被用以制造下一个产品。这意味着, 一双跑鞋成为了一项具有残值的资产, 一项可以被交易的投资, 就像一辆汽车一样。

”

David Quass, 阿迪达斯品牌可持续发展创新和商业模式总监, 艾利丹尼森访谈, 2020 年 4 月

正如 Quass 所言, 想象一下, 如果我们对衣柜和鞋柜中的所有单品都进行残值判定, 将会怎样? 如果我们以和对待车库里的汽车一样的方式对待衣柜里的衣物? 每件衣物都有着资产类别, 成为一组拥有残值的原材料商品, 在首次购买后仍有漫长的生命旅程?

为循环经济的建立增加支持和动力无疑是重要的。艾利丹尼森副总裁兼打印机系统解决方案事业部总经理 Ryan Yost 则将讨论完完整整的回归到了我们所食用的产品。零售业本身无疑将成为第一个在其供应链实践中拥抱物联网科技的行业, 而其中, 服装行业拥有许多显著的应用案例。但 Yost 却坚信, 零售业之中, 食品行业对此的动机和获益感最为“迫切”。

“智能标签和物联网在服装行业的应用显而易见。例如, 如何给产品带来二次生命, 对于富有道德责任感的千禧一代有着吸引力。虽然这‘非常有趣’……但事实上, 在食品行业, 我看到了最深刻的需求。我们将在此看到最快速的技术应用。因为, 我穿在脚上的东西, 并没有吃到肚子里的东西更为紧要。食品供应链数字化的价值和重要性是一个三方的价值主张, 与食品供应商、零售商和消费者都有着明确的利益相关。

“在新冠疫情之外, 我们将看到新的供应链模式的出现, 新的购买方式, 新的供应方式。‘赛百味食品’就是一个很好的例子, 可以说, ‘透明化’ 对人类的意义将更加重要。由此无论是对大公司还是小公司, 产品何时、何地、以何种方式抵达他们手中, 这些信息都值得信任。”

Ryan Yost, 艾利丹尼森副总裁兼打印机系统解决方案事业部总经理, 艾利丹尼森访谈, 2020 年 4 月



我们询问了



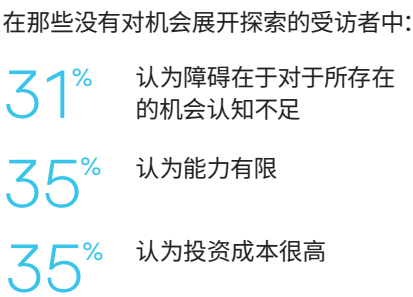
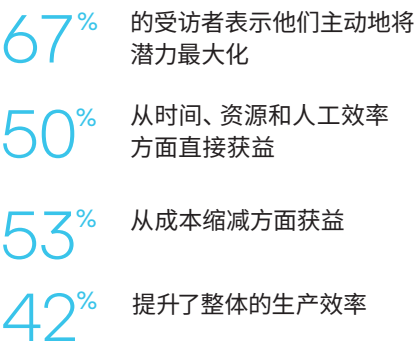
710 位受访者, 他们来自于



地区覆盖中国、日本、英国、美国及中欧

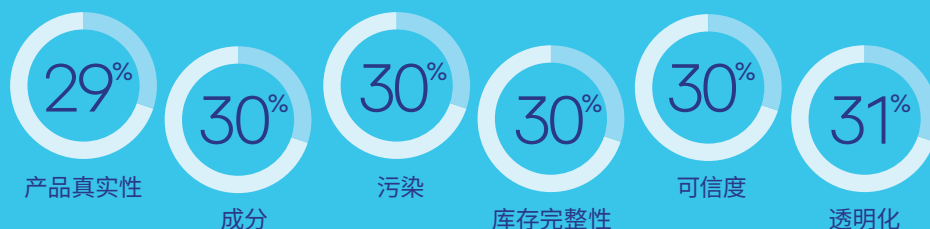
我们听到

您是否相信您和/或您的组织最大程度地利用了您供应链运营中的所有潜在价值?

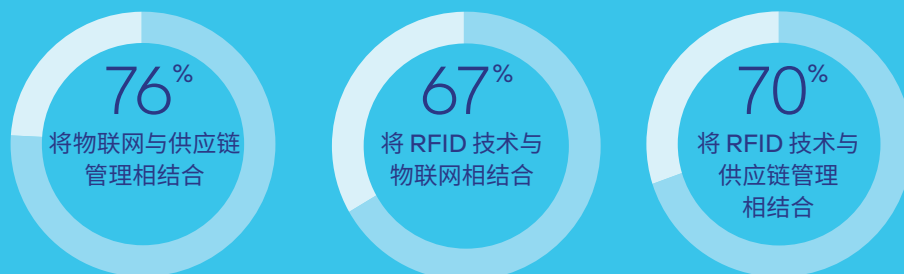


我们听到

在调查关于供应链的顾虑和问题时



而品牌安全是最大的顾虑来源 (40%), 有 35% 的受访者希望了解更多关于如何解决这一领域问题的信息。



数据明确显示了三大相辅相成的因素, 然而我们观察到, 在对于数字化技术如何解决他们的顾虑或“重大问题”方面的比例存在不匹配。

您是否认为数字化技术包含标签技术?

86% 认为数字化技术包含标签技术, 但只有

55% 的人认为供应链中的数字化技术可以帮助他们解决他们关于信任、产品真实性和透明化方面的顾虑或“大问题”

只有 12% 的受访者表示要探索购买后阶段和循环经济中的机会, 28% 正在探索销售节点和/或消费者参与度。相反, 78% 的受访者认为消费者体验是供应链运营的一部分。60% 认为处于销售节点, 55% 认为在购买后阶段, 42% 认为是持续的客户互动的一部分。

当我们问及可持续发展...



结语

这是一个前所未有的时代。2020 年并未为我们的生活和工作带来顺遂、连贯、可预期的发展。

新冠疫情所带来的不仅仅是“打破常规”。我们已经看到、并将继续看到，必要的变化和适应在全世界范围内呈现系统化的发展。它们是系统性的、结构性的。未来需要重建，需要摆脱一些先前的做法。同时，这听起来并不那样令人生畏或繁杂。

尽管陌生的事物可能令人感到不安，我们同时也知道一些变化将是完全积极的。真正的变革不是匀速进行的，而是在停滞和平缓期之后跳跃冲刺着发生的。有些变化在我们意料之中，但也有些变化是我们在被推了一把之后才开始进行的。

新冠疫情就是这样一种突然的推动力，并带来了一些积极的变化。如果没有这股推动力，它们很可能被列入“锦上添花”或者是“明年再说”的清单。从某些方面来说，新冠疫情的到来为我们的

一些更好的意图按下了快进键，使之成为了短期的重要优先事项。同时，对当前情况的轻视是愚蠢和麻木不仁的。

当前的世界局势和对于框架内确定性的缺失，都令人警醒。时代充斥着难以置信的考验。2020 年对于许多企业都是困难的、甚至是毁灭性的一年。这取决于企业的心态以及所处的行业。然而，许多损失和警示的故事还有其它的可能，并非不可避免。在未来的发展中，被动和主动有着同等重要的意义。

正如 Yakob 所说，我们的数字化未来不是孤立的，是“无限的、不可见的、交互的、智能的”，产品和人都存在于一个“高参与性的、无摩擦的系统之中”。我们可以并且应当将这个“比计划提前到来”的未来看作是激动人心的，对于当下行动的呼声非常清晰。

我们可以引入支持多部件“功能交互操作”的技术，多多益善。这个未来迟早会到来。现在，它只是比预想中来得快一点。

“

数字化的未来是无限的、不可见的、交互的、智能的；数字化消费的未来是高参与性的、无摩擦的、激进的，是解决方案、是系统、是销售。

品牌、产品以及其内容必须存在于高参与性的系统中，由功能交互性组件进行定义，以用户为中心，拥有被赋能、被启迪、被娱乐的能力和愿望。

”

Faris Yakob, 未来主义者和作家, Paid Attention

全面探索，不止于想象
点击[此处](#)预约顾问咨询

这是一个“万物互联” 的时代。

您是否还记得，当数据没有发展成大数据之前，它仅仅只是数据。当人工智能听起来像是科幻小说；当区块链可能被联想成一件珠宝；当供应链还是一项“幕后物流工作”……而不像现在这样对每个人都越发重要。那些都是曾经……这才是现在。

今天，一个全新的对话被开启——万物互联。供应链不再仅仅是物流或者制造业的话题，而关乎采购、可追溯性、道德、企业责任、品牌安全、防伪、绝对保障、库存管理，以及，不要忘了决定盈亏差异所在的对话。是的，实话说，我们有很多话题值得探讨。

艾利丹尼森思创
成就无限可能