



# 万物互联：思科公司 Padmasree Warrior 访谈 录





尽管 20 年来在高科技网络中人类与设备的连接程度不断增加，但世界上所有可以连接的事物中，只有 1% 是真正连接在一起的——思科公司的首席技术官兼首席战略官 Padmasree Warrior 这样认为。她预计未来 10 年里，随着手机和其他平台的连接程度逐渐提高，消费者的购物方式、公司处理数据的方式以及个人处理自身可用数据的方法都将发生全面改变。本次访谈由麦肯锡公司出版部的 Rik Kirkland 主持，地点为瑞士达沃斯。下文为访谈的编辑稿。

## 万物互联

我们认为，今天世界上所有可以连接的事物中，只有 1% 是真正连接在一起的。作为一个行业，我们用了 20 年时间才把世界的 1% 连接在一起。但我们相信，未来 10 年这一比例会大幅提高。尚未连接的 99% 中将有很大一部分被连接起来，包括人、设备、信息都会连入网络。

我们所说的“万物互联”，是指把流程、数据和事物连接在一起的一种智能方法。它不只是物联网，也不只是把设备连入网络，而是能利用采集到的信息帮助企业改善流程和决策，帮助用户和消费者拥有更好的生活方式。“万物互联”还指利用网络分析方法，更加有效地分析数据（这是思科的专长），推动每一个行业（制造业、零售业、运输业）发生显著变化。

说得再深入一点，我认为今后必然会有更多的连接，而且会出现两种连接模式。一种连接通过视频方式向我们传达丰富的媒体体验。视频会变得比今天更为普遍。

还有一类数据会与传感器连接，这些数据不一定是高带宽数据，也会有低带宽数据，即持续的低比特率数据流。这两种数据及其应用模式将会完全不一样。

以零售业为例，想想人们是如何购物的。通过互联网的第一次变革，手机平台和电子商务平台让购物方式发生了惊人的变化。过去 20 年中，人们从互联网开始，到现在普遍使用平板电脑。现在有数据显示，使用平板电脑购物的人数已经远超过使用智能手机或台式机的人。所以，整个零售业的商业模式、购物形式、购物体验都在发生变化，而且变化还在继续。它会怎么变化？我们可以来看一个“物联网”的实例。

如果我们启动用户定位功能，当你走进商店，我们就会知道你要去哪一排货架，还可以知道你走到某排货架却没有买东西。如果我们能分析这些数据，在打折的时候通知你，零售商和身为用户的你都可以由此获益。

这就是一个使用传感器的例子。将来还会有室内定位用的传感器（可以把它想成是室内 GPS），以及了解你购买喜好的传感器。

实际上，这种传感器是将推荐或偏好引擎、优惠券或折扣引擎以及忠诚度项目与室内定位应用结合在一起。今天这些应用程序都是互不连接的，而一旦把它们结合到一起，就能带来完全不同的零售体验。

### 不断变化的 IT

我们认为，未来的 IT 行业会与过去差别很大。第一个差别，我称之为体验差别，它是由消费者推动的。最近，我们针对不同国家、不同地区 18 岁到 32 岁的年轻人做了一项调查。从数据中我们发现了一个有趣的现象，每五个年轻人中就有两个表示，他们宁愿选择低收入的工作，也不愿意上班时不能携带自己的电子设备或者不能使用最喜爱的社交网络。他们觉得有互联网比有车更重要。所以下一代劳动者的观念将会非常不同。他们需要完全不同的工作体验，这同时也是我们企业所追求的消费体验。

第二个是速度差别。速度差别正推动我们向云计算转变。现在，企业

**预览已结束，完整报告链接和二维码如下：**

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_46970](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_46970)

