

订单碎片化的应对的初步分析

一、碎片化的原因

订单碎片化的原因之一是由信息技术的发展带来的。信息技术的发展与普及，带来了一些新颖的交易方式，而伴随着不断涌现的和逐渐发展成熟的各种 B2B、B2C 平台对传统模式的冲击，我们遇到了更加碎片化和个性化的需求，进而导致订单愈发地变得碎片化。

面对电商的发展，不少商家为了生存开始发展线上业务，这也同样导致了订单的碎片化。

二、导致的问题

尽管我们看到订单碎片化有其优势的一面，但同时也观察到，其导致的问题依旧让人困扰。而对于本案中，我们主要需要考虑的是订单碎片化所带来的订单预测难度加大的问题。

我们说预测了订单，是说我们对于其来源范围的大致确定，以及对于其所需要的服务的了解。然而，碎片化的订单给上述两项工作带来了难度。首先，由于生产和运输是相对集中的，一般不会因为一份小订单而改变，这就导致了我们所收集的信息与实际发生较大的偏差，而这样的偏差便致使其来源信息的准确性降低，进而使得我们对其来源的确定难度加大。其次，碎片化的订单意味着更加个性化的订单，这往往是令数据分析人员所头疼的，因为这使得要预测一份订单所需求的服务的难度陡然增加。

三、如何解决设想

对于订单碎片化所带来的信息偏差问题，我们所能想到的是调整和适应新的形势。我们设想是否能改进一些算法，或者优化一些程序，亦或是增加一些其他信息的利用、丢弃一些无用信息。而对于个性化的需求，我们设想的是加强与其他商家甚至是其他领域的合作，在合法的范围内增加信息的透明度，进而，我们便可以运用更加丰富的信息以研究和使用的预测方法。

我们想要举一个简单的例子以便理解增加信息透明度何以能够帮助我们预测订单的需求。假设某地 82% 购买了香蕉的人会在第二个月购买梨，但是在之前没有人知道这一规律。现在销售梨的平台 A 与销售香蕉的平台 B 达成了合作，互相之间增加了信息的透明度，这边有可能让 B 平台记录的该地某日销售一根香蕉的孤立信息变得更有价值，因为这一信息现在很有可能被捕捉并为 A 平台的物流管理作出贡献。