

## 短视频真的是猪食吗？

短视频究竟是什么，它的存在究竟有无意义，或许，这是最近几天，每一个人都在思考的重要课题。之所以会引发人们的讨论，一个很重要的原因在于某公司高管的一次讲话。尽管我们无法揣测到这次讲话的真实意图，但是，仅仅只是从后面各方的反应来看，这次讲话似乎并不仅仅只是一次讲话而已。

站在一个局外人的角度，我们不能评论孰对孰错，但是，对于短视频究竟是什么，我们却可以谈谈自己的看法。只有明白了短视频究竟是什么，我们才能真正去探讨究竟谁对谁错。

一直以来，我始终都认为短视频是内容进化过程当中必然会经历的一个阶段。从文字时代到图文时代，再到短视频时代，内容的不断进化体现出来的是人们对于内容本身兴趣与偏好的不断转变。所以，我们姑且不去谈论短视频的对错，单单从内容进化的角度来看，短视频的存在和发展是有着它的内在规律和必然性的。

那么，当人们在谈论短视频对错的时候，究竟在谈论写什么呢？我认为更多地是人们在谈论的是短视频对于人们的生活习惯的影响。对于短视频持消极看法的人认为，所谓的短视频是在拉低人们的思维层次，不断将人从一个主动思考的存在变成一个被动接受与投喂的存在。

然而，在深度阅读与思考业已成为一种奢侈品的时代，纵然没有短视频的出现，人们的阅读依然是浅显的，短暂的，不可持续的。因此，如果我们仅仅只是因为短视频存在的本身来探讨它的存在价值与意义的话，这种探讨是没有任何意义的。

同时，我们还应该看到的是，在内容产出与供给依然严重过剩的大背景下，劣质的短视频泛滥依然是一个不容被忽视的重要方面。对于用户来讲，那些粗制滥造的短视频不得不是一种伤害。如何最大限度地减少劣质短视频的数量，尽最大可能从内容的源头上提升短视频的质量，才

是减少人们对于短视频误解的关键所在。

如果仅仅只是因为短视频的内容质量不高，而去否定短视频在整个内容进化过程当中所扮演的角色和作用，那么，这种论点多多少少是站不住脚的。对于广大的短视频平台来讲，真正应该做的是如何提升短视频的内容质量，如何优化用户的体验，如何让短视频成为一个真正能够给人们带来知识、美好的存在，而不仅仅只是一个消磨时间的地方，只有这样，短视频才能真正扮演起自身在内容进化过程当中扮演的角色和作用。

那么，是不是长视频就一定是优质的呢？其实也不是。纵然是长视频领域，我们依然还是看到了很多粗制滥造的内容的存在，这些内容依然是人们口诛笔伐的对象。既然长视频依然有劣质内容的存在，我们是不是就可以因此也否定长视频存在的意义呢？很显然，也是不可行的。

无论是长视频还是短视频，都是内容的不同形态，他们针对的人群，满足的需求都是不一样的。如果我们仅仅只是采用一刀切的手段，武断地认为短视频不好，抑或是长视频不行，那么，我们对于视频内容的看法或许永远都不会公正和客观。

正确地看待视频在整个内容进化过程当中扮演的角色和地位，并且想出优质内容的生产之道，让更多优质的视频内容出现，或许才是保证视频行业可以继续获得良性发展的关键所在。

既然视频的存在并不错误，并且是内容进化过程的必然，那么，为什么依然有人对此产生怀疑呢？我认为更多的是某些人站在了自身的立场上去看待这个问题，甚至推己及人，一厢情愿地揣测了他们的想法。

很显然，这种做法是有失偏颇的。只有站在公正、中立的立场上，只有站在内容进化的角度来看待短视频本身，并且去深入探讨短视频的正确发展之道，才能真正获得对于短视频的正确看法，由此，才



能去思考如何经营好短视频，如何经营好内容，从而让短视频与其他的内容形式一起，成为满足人们日益增长的精神需求的需要。

如果将企业之间的竞争上升到了全体用户的角度，甚至以偏概全否定整个短视频在内容生态里的重要作用，非但无法为内容生态提供一个良好的环境，甚至还将会把内容行业的发展带入到全新的死胡同里。

相反，我们应该更多地去注意这一迹象背后所透露出来的非正常竞争现象。通过对于这种非正常竞争现象的关注与纠正让内容市场的竞争趋于理性与客观，只有这样，无论是对于短视频市场来讲，还是对于广大的内容市场来讲，才是一件好事。

有关短视频的论战，或许并不仅仅只是短视频本身，因为短视频本身并没有错。有关短视频的论战，或许更多地是企业竞争开始失态的主要体现，因为有人是

短视频竞争的获利者，有人则是失利者，而失利者必然是眼红的。

如果我们在讨论短视频的时候，仅仅只是站在了短视频对错的角度，或许早已陷入了问题提出者预先为我们设置好的陷阱里。那么，这样的讨论是毫无意义的。

跳出这样一种陷阱，真正站在一个全新的角度来看待并审视短视频，所谓的短视频才能摆脱现有的枷锁，真正进入到一个全新的发展阶段。所以，在这场论战当中，我们应当更多地去思考短视频背后联系在一起的平台与利益相关方，而不仅仅只是一味地去讨论短视频本身。

只有这样，所谓的短视频才不会是一个被割裂与“免疫”起来的内容生态，而是变成了一个不可或缺的内容形态。只有这样，短视频才不会因“短”失大，一无是处。

那么，短视频真的是猪食吗？

## 区块链需要吃第一个螃蟹



当人们在讨论区块链的时候，总是站在区块链之外的角度来看待。比如，发币；比如，ICO，都是如此。不得不承认的是，从这些角度来看待区块链的的确确为我们打开了通往财富世界的大门，但是，正是因为它们与财富本身的这样一种深度绑定的关系，最终让区块链变得不再那么像区块链了。

所谓的区块链不再像区块链，其中一个很重要的原因在于它远离了本质，忽略了过程，并且将所有的一切都聚焦在了一点——爆富。虽然这种方式的确可以帮助某些人实现自身的爆富梦想，但是，当区块链的一切都归结为财富，甚至只有财富，所谓的区块链，或许早已不再是那个曾经的自己。

我们不止一次地对外宣告，区块链是一种技术。然而，当我们在落地和实践区块链的时候却变了形，曾经冷静、理性的认识早已灰飞烟灭，取而代之的是将区块

链看成是创富工具，割韭菜、赚大钱，成为围绕着区块链的“幽灵”。

显而易见的是，既然区块链是一种技术，冷静与理性应当是它的底色。当区块链被冲动与狂热包围，或许，它早就不再是那个曾经的自己，最终被人们的急功近利滋扰得一无是处。相对于将区块链与这种短视的、不可持续的标签联系在一起，我始终都认为，应用才是区块链的终极归宿。只有应用，且只有应用本身，才能让我们看到区块链本身更加强大的能量。

然而，所谓的正道往往是充满艰辛的，并不是一帆风顺的。这句话依然可以放置在区块链身上。虽然应用是区块链的终极归宿，甚至是它的本质，但是，人们在区块链应用的过程当中却遭遇了诸多问题：商业闭环的难以形成、应用生态的难以达成、应用场景的孤立等。一切的一切都在告诉我们，应用并非坦途。

当人们在区块链应用过程当中面临困

境，通常情况下，他们会选择一种简单、快捷的方式，于是，很多人都回归到了发币或者ICO的老路上。这是我们看到那么多的区块链项目最终敌不过现实的残酷，最终还是要回归到与数字货币深度绑定的老路上的根本原因，同样是区块链的落地和应用始终都无法打开局面的根本原因。

所以，在很多情况下，我们在落地和实践区块链的时候，需要一条道走到黑，而非抄近路、走捷径。对于如何一条道走到黑，不同的人给出了不同的答案，而正是这些不同的答案让我们看到了属于区块链的真正未来和方向。

有人将区块链彻底看成一种工具和解决方案，用区块链技术去解决那些我们尚且无法用互联网的手段来解决的痛点和难题；有人将技术看成是区块链的底色，他们不断拓展着区块链的技术边界，不断让区块链的技术变得丰满和全面；有人将区块链看成是自我革新的方式和手段，通过将区块链技术应用到现有的生态之下，从而巩固与完善自身的生态系统。

无论是哪一种方式，这些以应用为终极导向的发展模式都是区块链应该有的样子。同样地，我们也从他们身上看到了一个远比发币或者ICO还要广阔的未来。对于区块链来讲，或许这才是它的终极归宿。

然而，有一个现象值得我们注意，那就是凡是应用当成是区块链终极归宿的玩家，日子似乎都不太好过。笔者始终认为，虽然这是当下区块链的主流，但绝不能成为区块链的常态。作为下一代的基础设施，区块链应当具备的是和互联网一样的待遇，甚至还要比互联网对于人们的影响更加深入和全面。区块链之所以会遭遇当下的困境，并非偶然，而是有着内在深层次的原因的。

首先，区块链的春天并未真正到来。区块链在应用上的“百花齐放”是以新技术作为“春风”的，如果没有“春风”的唤醒，区块链的春天是无法真正到来的。而现实情况却是，新技术并未成熟，很多

的新技术依然还处在萌芽的状态，于是，所谓的区块链的春天便成为了一个泡影。

其次，区块链的商业模式并未真正跑通。真正成熟的区块链应用应当是和互联网一样的商业闭环，而非现在今天这副模样。尽管现在一些玩家将应用看成是目标和方向，并且开始不断探索和实践区块链的落地与应用，但是，真正成熟且完备的商业模式并未跑通。

再次，区块链的生态并未真正形成。为什么互联网可以对人们的生产和生活产生如此巨大的影响，其中一个很重要的原因在于它建构了一个全新的生态，并且可以将人们的生产和生活全部都置于这样的一个生态之下。反观区块链，这样的生态并未形成。区块链的有关应用仅仅是散落在不同的场景，不同的片段当中，并未真正形成严格意义上的生态闭环。

上述三大困境的存在，最终让区块链无法真正进入到应用大发展、大繁荣的时代。如何化解区块链在应用上的困境，或许，应该更多地去看看互联网，从互联网身上去寻找破解之道。

需要明确的是，这里所说的以互联网为借鉴，并不是要区块链去借鉴成熟之后的互联网的玩法，借助资本的手段高开快打，而是要以早期的互联网为借鉴，寻找早期互联网的发展之道。

让我们将时间的指针拨回到20年前，那个时候的互联网还是一个舶来品，而马云还在推广“信息高速公路”的路上四处碰壁，而这条“信息高速公路”便是现在的互联网。直到有一天，互联网与零售相连，并且出现了电商的概念。一个属于互联网的新时代，才算是真正来临。

反观区块链，或许它要走上一条与互联网相类似的道路。只是现在，它还没有遇到真正把自己带到属于自己那个时代的第一个吃螃蟹的人而已。

需要明确的是，第一个吃螃蟹的人，正是那个把区块链与现实商业完美结合在一起的人。