

# 回归,产业互联网的核心要义

回归产业,是互联网的一次自我修正。这是产业互联网的概念里之所以会有“互联网”字眼的根本原因。然而,如果仅仅只是将关注点放在“互联网”上,而忽略了“回归”的根本内涵和意义,那么,所谓的产业互联网到头来或许依然仅仅只是一个如同过眼烟云般的概念而已。

当我们在落地与实践产业互联网的过程中,或许应当更多地去思考如何“回归”,而不仅仅只是将目光仅仅只是局限在那些尚未被我们关注的B端流量上。不幸的是,无论是头部的玩家,还是新入局的玩家,并未真正意识到这一点,他们对于“回归”一词的理解,更多地聚焦在如何对B端用户进行赋能。

从底层逻辑上来看,对于B端用户赋能和改造的关注,与对于C端用户的改变与改造并无两样,玩家的终极目的依然仅仅是瞄准了流量红利而已。可以肯定的是,在这样一种底层逻辑之下,纵然是产业互联网为我们找到了互联网发展的另一条道路,但是,如果仅仅只是以流量为准绳,而不是去思考有关“回归”的更深层次的涵义,所谓的产业互联网,或许终将成为一个虚假的概念。正视回归,探索正确的回归之道,才是产业互联网真正能够让互联网焕发新的生机与活力的关键所在。

当我们在探索一种新事物的发展规律与脉络的时候,通过回顾历史,总是可以获得一种启示。产业互联网,同样如此。当我们在思考产业互联网的发展之道时,回顾消费互联网时代的发展历史,我们总是可以获得一定的启示意义。观察整个消费互联网时代的发展,我们就会发现,所谓的消费互联网,从本质上来看,就是一个以互联网为代表的虚拟经济与实体经济逐渐分离的过程。

尽管经典意义上的消费互联网模式在一定程度上借助平台和中心化的手段让行业的运行效率得到了提升,但是,它同样建筑起来了互联网与实体经济的对立,是一种此消彼长的关系。等到这种关系难以维持,如何让互联网回归实体经济,必然成为一个重要话题。产业互联网,便是在这样一个大背景下诞生的。因此,回归,才是产业互联网的核心要义。

回归是在做消费互联网时代来不及做的事

谈及消费互联网,我们的第一印象便是资本驱动下的流量争夺以及以此衍生而来的平台乱战。尽管在这个过程中,C端用户的消费行为和习惯发生了深刻而又本质的改变,但是,这种改变是在平台玩家的撮合之下完成的,运营和营销在这个过程中发挥了相当重要的作用。正是因为如此,几乎在每一个行业当中,我们都会看到平台方的影子。电商领域有阿里、京东、拼多多;出行领域有滴滴、优步;外卖领域有美团、饿了么等等。

纵然如此,我们依然会发现很多在消费

互联网时代来不及做的事情。比如,对于上游产业的难以改变;比如,对于线下实体店体的强势竞争;对于生产制造的忽视。尽管在资本和流量充沛的大背景下,消费互联网时代来不及做的事情无伤大雅,但是,如果仅仅只是将发展的内在动能局限在资本和流量的驱动上,忽略了更深层次的产业驱动,所谓的发展或许仅仅只是昙花一现而已。这是消费互联网后半段开始出现诸多问题的根本原因。

欲要解决这一问题,必然需要我们去那些消费互联网时代来不及做的事情。通过过去关注B端,通过过去关注生产,通过过去关注制造,最终让经济社会的发展不再是打鸡血式的简单粗暴式的发展,而是变成一种可以持续的长久发展。所以,如果说产业互联网的核心要义是回归的话,那么,去做那些消费互联网时代来不及做的事情,才是关键所在。

回归是一次对互联网的再认识与再思考

一直以来,谈及互联网,人们首先想要的就是平台与去中间化以及由此衍生而来的以撮合和中介为主导的商业模式。当这样一种商业模式的天花板越来越远,人们开始反思,互联网难道仅仅就是如此吗?互联网的能量难道就是如此吗?互联网难道逃脱不了被淘汰的命运吗?

随着对于互联网的再认识与再思考的深入与完善,产业互联网的概念开始出现。从本质上来看,所谓的产业互联网其实就是一个探索互联网如何与产业深度融合的过程。因此,回归,才是产业互联网的底色。然而,如果我们仅仅只是将关注的焦点聚焦在回归本身,将目光聚焦在流量本身,那么,所谓的回归,或许依然在传统互联网的魔咒之下。

认识到互联网的新功能和新作用,并且以此来寻求它的新发展模式,才是产业互联网真正可以持续发展的关键所在。所谓的互联网并不仅仅只是具备撮合和中介的功能,特别是在互联网在拓展了自身的功能和角色之后,特别是在互联网与新技术深度融合之后,它同样可以重新焕发生机与红利。这其实是对互联网的再认识与再思考,同样是互联网的一次回归。让互联网回归它的本质,让互联网回归它的基础作用,从而开启产业互联网的新时代。

回归是一次实体经济与虚拟经济的深度融合

如果我们将消费互联网时代定义成为一个实体经济与虚拟经济对立的过程和阶段的话,那么,当产业互联网时代来临,实体经济与虚拟经济的深度融合将会是主流和趋势。这同样是一种回归。它让实体经济与虚拟经济不再是分离的、对立的状态,而是变成了统一的、融合的状态。

事实上,经济社会的发展是没有虚拟与实体之分的。虚拟经济之所以会出现,其中一个很重要的背景就是互联网时代的来临,



特别是以互联网平台经济为代表的时代的来临。之所以会出现这样一种两元的状态,其中一个很重要的原因就在于互联网本身并不具备改造实体经济的能力,抑或是说互联网并不具备深度融合实体经济的能力,所以,才导致了虚拟经济与实体经济分离的二元经济结构的出现。

随着新技术的不断成熟,特别是它们对虚拟经济和实体经济的不断深度改造,虚拟经济与实体经济在分野的道路上逐渐开始出现“交点”,这个“交点”,就是我们现在正在提及的“数字经济”。而产业互联网,正是“数字经济”的“集结号”。从这个角度来看,回归依然是产业互联网的核心要义。只有实现了真正意义上的回归,特别是以虚拟经济与实体经济的深度融合为代表的回归,产业互联网才算是真正完成和实现,而等到这个时刻真正到来,便是我们经常所提到的“数字经济”时代的来临。

如果我们将产业互联网看成是“产业”与“互联网”两种元素深度融合的过程的话,那么,“产业”所代表的就是实体经济,而“互联网”所代表的就虚拟经济。当两者深度融合,互联网回归到了产业,产业同样回归到了互联网,产业互联网才算是真正得到了实现。由此可见,回归依然是产业互联网的核心要义。

回归是一次供求两端的再度平衡与衔接

以消费互联网为代表的平台经济时代之所以会来临,其中一个很重要的原因在于供求两端失衡。供给端的产品过剩、营销不畅带来的库存与挤压,让原本平衡的供求关系被打破,转而造成了供求两端的失衡。以平台和中心为代表的消费互联网时代的来临,通过撮合和中介的方式,实现了供求两端的平衡,并且由此诞生了诸如此类的诸多平台和中心。

当信息不对称开始被终结,特别是当供给端与需求端的对接达到极致,仅仅只是以撮合和对接为主导的商业模式开始遭遇挑战。在这个过程中,值得一提的是以大数据、云计算为代表的智能推荐的出现,最终让撮合与对接主导的经典意义上的互联网模式发展到了极致。纵然是我们再用更加有效的方式都无法实现供求两端的对接。根本原因在于,困扰供求两端的根本难题已经不再仅仅是局限在信息的不对称上,而是更多地聚焦在了供求不对称的。

这个时候,我们需要寻找新的实现供求两端再度平衡与对接的新方式与新方法,产业互联网便是在这样一个大背景下诞生的。这其实是依然是一种回归,让业已失衡的供求关系,重新回到平衡与衔接的状态。产业互联网,便是在这样一个大背景下诞生的。

借助产业互联网,我们要解决的是业已升级的消费需求与尚未升级的供应方式之间的矛盾与问题,以达到供求两端的再度平衡与衔接。这同样是一种回归,让供求两端的再度平衡回到那样一个平衡、有序的状态,最终促成的是一个新经济时代的来临。这同样是产业互联网真正要完成的。在这个过程中,如果缺少了供求两端平衡关系的回归,产业互联网始终都是一个半拉子工程,无法真正完成和实现。因此,回归,依然是产业互联网的核心要义。

所谓的产业互联网,更像是一种互联网的自我修正。与其将产业互联网看成是一个颠覆与改造的过程,不如将它看成是一个回归和重塑的过程。回归,才是产业互联网的核心要义。真正认识到这一点,并且以此为原点,探寻有关产业互联网的更加深入和长远的发展模式和方法,才能让它跳出原有的发展陷阱,真正找到属于自己的独特道路。

## 外卖小哥,究竟要怎样的保护?

近段时间,外卖小哥持续登上热搜,再度成为令人同情的群体。一位北大的教授卧底外卖行业,全天工作仅仅赚了41块,这倒是让我想起多年前“有记者卧底富士康”的事情。或许,他们在流水线上,在工人宿舍里看到的都是事实,但真得很不全面,写出来的报道自然有失偏颇,更恰当的描述是:盲人摸象。外卖作为近年来最火热的基层行业,规模也是相当庞大的,偶尔的卧底势必也会出现偏颇,但积极正面的意义在于,再次引发社会之于弱势群体关注。在广泛和热烈的讨论中,有望出现新的解决方案,对社会、企业和员工都会有好处。事实上,社会就是在讨论、矛盾中向前发展的。

现在,大家热议外卖小哥的社保,就是一个很有意义的话题。用人单位在招聘的时候,都会把缴纳“五险一金”作为一个卖点,不仅能增加应聘者的额外收入,还能彰显企业的正规性,但社保、公积金这些事情远没有想象得简单。毕竟,企业会增加一定比例的运营成本,而外卖小哥也没啥大的感觉,尤其是对于短期工来说,更是有点儿不合算。

外卖小哥,为什么不苛求社保?

其实,社会一直对外卖小哥挺友好的,盛赞其月薪过万、藏龙卧虎、多才多艺等等,一些小哥还曾参加《天天向上》、《中华诗词

大会》等顶流节目,甚至能击败北大博士荣膺诗词大赛冠军,而在抖音、快手等短视频平台里,外卖小哥展示出琳琅满目的天赋,包括代打王者荣耀、替厨师炒菜、帮顾客做作业以及翻译英文等等。如此的舆论环境,吸引了大量的年轻人,从工厂里跑到大街上,于风吹日晒中同时间赛跑。但天下没有一份工作是轻松的,特别是基层工作,更是世态炎凉的最佳体验地。

除了卧底教授了解的状况外,外卖小哥还有很多辛酸:计时制、计件制、差评等制度犹如一个隐形而巨大的皮鞭,狠狠地抽着外卖小哥前进。他们拿到餐盒之后,就好像拿到了一个即将爆炸的手雷,必须立即进入生死时速模式,恨不得和哪吒一样踩着风火轮前进,嘴里还要念念有词:哇呀呀呀呀...平日里,偶尔电梯故障,普通人懒得去外面买菜或者吃饭,因为爬楼实在是个大问题,于是,外卖成了首选。更令人动容的是,外卖小哥爬20楼,如履平地,身手利索得让人怜悯,然后,大气都不敢喘就奔向另外的消费者。这些事情没有新闻价值,很难登上网站的头条,却是实实在在的人间烟火。

在这样的节奏中,外卖小哥只能关注当下,关注手里的外卖能否顺利地送出去,关注今天的总收入是41元或者120元,而长期的社保、职业规划什么的,实在无暇顾及。

此外,所谓的五险一金,对于外卖小哥来说,并不是完全的福利,甚至是一种负担。按照时下的社保制度,五险一金需要企业和个人共同承担,比如企业会按照底薪的20%缴纳,个人则需要缴纳底薪的5%,不同企业缴纳的标准不一样,但个人当月的收入一定会有不同程度的下降。更糟心的是,五险一金缴纳是一个长期的过程,外卖小哥普遍是青春饭,每个人都盘算着“等赚到足够的钱”之后就返回老家,而当他们返回老家之后,社保基本上是不能移转的,也就是说:钱都便宜给工作地的管理者,莫名地蒸发。

说得尖锐点:地方管理者之所以会严格要求正规企业缴纳五险一金,与其说是保护基层工作者,伸张正义,倒不如说是期待着一笔笔死账,来缓解财政之压力罢了。

向上流动,如何停止外卖人的焦虑?

关于“缴纳五险一金”的讨论,确有挺高的新闻价值,但是在社保制度完善之前,对企业和员工来说都不讨喜:企业需要承担更大的运营成本,而员工也只是获得一些“永远取不出来,大概率享受不到”的纸上福利。从长远来看,五险一金需要三方共同努力:管理者要完善社保制度,最起码能异质转移;企业在做运营规划的时候,就要把足额的五险一金纳入预算中。事实上,正规的企业都会给员工缴纳足额的五险一金,比如

中国移动、富士康、京东等等,虽有百万员工之众,虽然也有短期工取不走五险一金,但这些都无怨无悔地足额缴纳,也正因此,他们更容易获得管理者的优惠政策。当然,员工也要积极面对,尽早地完成长期的职业规划,而非只重视眼前利益而牺牲掉未来之前景。除了五险一金之外,外卖小哥还有其他更现实的保护需求。首先是人身安全,他们为了准时把外卖送到,需要争分夺秒,经常有不自觉闯红灯的情况,可谓生死时速。如果管理者真地要保护基层,可以考虑优化交通环境,给非机动车更宽的路面,或者在特殊的区域安排绿色通道;外卖平台的计时机制,也可以变得更有弹性,一面降低消费者的期待,一面给予小哥更宽松的环境,把送餐时间调整到“从容”的程度。

其次,基层打工者没有安全感,在很大程度上是因为没有“向上流动”的通道,也正因此,大家不在乎社保、公积金之类的长期规划。面对基层打工者,社会和企业更应该规划出清晰地向上流动之通道,让大家工作带劲,干得有奔头。总之,坏的社会制度把人分成三六九等,最上层的人享受着充足的物质供应和精神供应;而基层的打工者物质供应少得可怜,精神供应几乎为零;好的社会制度,在分配物质供应和精神供应时,则会更加清醒。(科技新发现 康斯坦丁/文)