

数字科技的“高墙”

哪怕是在五年之前,谈论数字科技都会被当成是天方夜谭。正如当初我们看待新零售时的感受一样,数字科技,同样是一个虚无缥缈的存在。这并未抵消人们的热情,因为只有提前布局,才能在数字科技时代真正到来的时刻,占得先机。

尽管布局数字科技并没有错,但是,数字科技真正形成风气,的确是需要一定的时间的。这是数字科技的概念被提出了多年之后,依然不温不火的根本原因。的确,在数字科技的市场上,我们看到了各色玩家去了又来,来了又走,好似天空当中的云彩一般。数字科技的天空,始终都没有成为主流。

如果一定要为数字科技的寡淡需要一个藉口,技术的稚嫩、“土壤”的贫瘠以及情势的难以捉摸或许是关键要素。它们形成了一道无形的屏障,让数字科技与真实的商业世界之间,似乎永远都隔着一道墙。如果这道墙不能被推倒,那么,数字科技只能是可望而不可及的美妙风景。

1 提及数字科技的领先性,很多人首先想到的便是那些听上去神乎其神的技术。这些技术让人们找到了互联网技术之外的“世外桃源”,看到了互联网技术之外的“别样风景”。大数据、云计算、区块链和人工智能,无一不是如此。尽管这些新技术异常独特,但,依然抵不过原始与稚嫩的现实。

于是,我们开始看到很多所谓的数字科技的玩家在用互联网技术行数字科技之实,可以想见的是,仅仅只是用这样一种方式非但不能给数字科技的发展带来益处,甚至还将会把数字科技的发展带入到死胡同里。后来的发展同样证明了这一点。很多以此为目的的数字科技玩家,要么陷入到了平台的怪圈当中,要么开始了与互联网金融之间的孽缘。

一套成熟且可以落地的技术,对于数字科技的发展至关重要。这一点不仅仅只是体现在数字科技的身上,在新零售的身上同

样表现得淋漓尽致。我们看到的如此多的新零售构想难以实现,从本质上来讲,都是技术的匮乏所导致的。对于数字科技来讲,同样如此。

我始终都认为,数字科技时代的真正来临是建立在新技术深度、全面地改造传统行业的基础之上的。如果新技术无法对传统行业进行深度且全面的改造,所谓的数字科技时代充其量只能称之为一个概念而已。需要明确的是,数字科技对于传统行业的改造,与互联网对于传统行业的改造不同,更加侧重于深度、全面、彻底的角度。

如果没有成熟的数字技术,这一点是完全无法实现的。在这个过程当中,我们需要的是新技术对传统产业进行重新定义与建构,进而再形成新的产业形态。新技术需要改造传统行业的生产资料和构成元素,然后再去重构一个全新的产业。倘若新技术没有成熟,甚至是仅仅停留在概念的层面上,这种目标是无法实现的。所谓的数字科技,或许还没有开始,就已经死于腹中。

因此,拥有一整套行之有效的,成熟的新技术,对于行业的发展是至关重要的。在这个过程中,我们除了等待时间之外,更多地需要率先布局,通过真正投入到新技术的研发、应用过程当中,实现新技术的成熟,达成新技术与传统产业结合的目的。以此为开端,数字科技的这一“高墙”才能被推倒。

2 同互联网所形成了虚拟经济与实体经济的二元对立的经济形态不同,数字科技时代是一个一元统一的时代。这不仅需要形成不同行业之间的融合,同样需要实现虚拟经济与实体经济的融合。当这两方面的条件,全部具备之后,数字科技的发展才能真正形成肥沃的土壤。

尽管现在人们业已意识到了互联网时代所形成的虚拟经济与实体经济这样一种二元对立的经济形态的危害,并且开始通过修正来不断弥合两者之间的鸿沟。但是,如

果仅仅只是在某一方的主导之下来实现。要么虚拟经济吞并实体经济,要么实体经济吞并虚拟经济,虚拟经济与实体经济的深度融合,几乎是不可能的事情。

当虚拟经济与实体经济没有实现深度融合,数字科技的土壤依然是贫瘠的,新经济的嫩芽在这样一种土壤当中是难以存活的。这是我们一直都在提倡数字科技,数字科技却一直都不温不火的根本原因所在。

对于当下的数字科技来讲,真正找到实现虚拟经济与实体经济结合的方式和方法,并且真正用两者的深度融合,为数字经济时代的来临提供肥沃的土壤,才是确保数字科技时代真正来临的关键要素。如果没有虚拟经济与实体经济的深度融合,数字科技便不具备发展的要素,数字科技的玩家就仅仅只能充当一个赋能者与改造者的角色,这样一来,数字科技的发展又陷入到了流量的怪圈当中,只不过是流量的对象从C端转移到了B端而已。

真正找到虚拟经济与实体经济融合的正确方式和方法,并且以此为开端,形成有助于新经济落地生根的肥沃土壤,才是真正能够保证数字科技时代真正来临的关键所在。如果这一条件无法实现,那么,贫瘠的土壤,对于数字科技来讲,就是另外一堵高墙,难以催生出新产业类型。

因此,如何打破虚拟经济与实体经济之间壁垒,实现虚拟经济与实体经济的融合与统一,从而形成一个有利于新经济生长的土壤,才是保证数字科技时代真正来临的关键所在。从当前的情况来看你,虚拟经济与实体经济要么在各行其是,要么在摸索融合之道,距离真正意义上的融合尚且需要一定的时间。从这个角度来看,促使数字科技的土壤肥沃的条件,并不具备。

3 数字经济时代的来临,是一个大的趋势,这是毋庸置疑的。但是,怎么实现数字经济,怎么打造数字经济的商业闭环,依然没有一套行之有效的定式。在这样一种情

势之下,数字科技是很难实现突破的。

这是我们看到那么多的玩家都在布局数字科技,但是,却一直都无法实现的数字科技的独立行走的根本原因。在很多情况下,数字科技的玩家通常是在用传统业务来维持数字科技的发展的。对于未来数字科技的路究竟要如何走,依然是无知的。这是数字科技一直都不温不火的关键所在。

于是,数字经济的情势并不明朗,成为人们一种对数字科技难以放开手脚的关键因素。玩家们束手束脚地落地和实践数字科技,最终导致的直接结果就是,要么数字科技成为了旧发展模式的代名词,要么数字科技成为了彻头彻尾的概念。

因此,形成一套有利于数字科技发展的氛围,真正让数字经济变成一个看得见、摸得着的存在,才是保证数字经济时代真正来临的关键。

当这种氛围形成,数字科技的发展便成为了一种必然的趋势,不再是一个无法确定的存在。当这种氛围形成,数字科技的发展不再是一个尝试和摸索的范畴,而是变成了一个直接与现实的商业建立紧密联系的存在;当这种氛围形成,数字科技不再是孤立的、片面的,而是变成了一个全社会、各行业都在参与的存在,这个时候,玩家们的试错成本将会进一步下降。纵然是错,至少已经上船,有些错误可以在船上进行改变,而不会像现在这样,一旦失算,所有的努力和投入都付诸东流。

从这个角度来看,数字科技发展的情势难以捉摸和确定,是围堵在数字科技面前的另外一堵高墙,如果这样一堵高墙,不被推倒,数字科技的发展依然会面临诸多困难和挑战。

数字科技是平淡的,这是一个不争的事实。挖掘这背后的原因,我们就会发现,技术的稚嫩、“土壤”的贫瘠以及市场情势的难以捉摸,才是关键所在。认清这三堵高墙,并且找到推倒高墙的破局之道,才是让数字科技实现质的飞跃的关键所在。

欠土巴兔一个上市

做家装的人,同做其他行业的人,还是有些区别的。如果要找这其中最大的区别,或许,最大的区别就是实际吧。在很多人的印象当中,互联网从业者是天马行空的,但是,做家装的人,首先想要的是实际商业层面上的东西。因此,尽管很多人将土巴兔划归到互联网家装的范畴,但是,在很多情况下,或许就连土巴兔自己都没有真正把自己当成一家互联网家装公司来看待。

你永远都无法否认土巴兔的发展壮大与互联网时代的红利有着莫大的联系,但是,如果仅仅只是因为如此就将土巴兔的成功与互联网深度绑定在一起,甚至将土巴兔上一次的上市受阻归结于此。显然是有些武断的。

在我的印象里,土巴兔自身的发展一直都有着自己的节奏和步调的,它并没有因为互联网时代的红利而改变。如果说土巴兔在互联网时代融了资,那只能说,它做了那个时代几乎所有的家装公司都在做的事情——拥抱互联网,拥抱资本。

所以,当外界因为土巴兔的赴港上市搁浅而反思,甚至将其与土巴兔的平台模式深度联系在一起的时候,或许,他们并不明白土巴兔,更加不明白它的创始人王国彬。

如果我们将土巴兔在移动互联网高潮时期的融资看成是那个时代的必然,那么,我们同样可以把土巴兔赴港上市搁浅看成是另外一个时代的必然。仅仅只是在那样一个时间段,土巴兔失去了一次绝佳的上市

机会,但,并不是因为土巴兔本身做错了什么。如果一定要深挖错误,或许,错误在于那个被资本打了鸡血的时代。

从这个逻辑上来看,市场是欠了土巴兔一个上市的。作为国内首屈一指的互联网家装平台完全具备登陆港股的条件,之所以没有顺利完成上市,或许,土巴兔想要用自己的行动证明,它并不是一家依靠上市就能存活的公司,而王国彬之所以会做土巴兔也并不仅仅是完全为了钱。

的确,王国彬之所以做土巴兔并不是和其他的互联网家装从业者一样,仅仅只是看到了互联网与家装融合的大趋势,仅仅只是将互联网家装看成是一种暴富的工具和手段,而是仅仅只是想要通过互联网的方式来解决业主和装修公司在实际操作过程当中遭遇到的困境和难题。这是土巴兔之所以诞生的根本原因。

而土巴兔后来的发展同样说明了这一点。

无论是早期基于内容资讯为主的切入点,还是以撮合和中介为主的平台模式,从本质上来看,土巴兔都是想要借助互联网的手段来帮助解决家装行业效率低下的问题。至于后来到了移动互联网时代,土巴兔虽然紧跟市场潮流做了移动互联网化的尝试,做了家装生态化的尝试,这仅仅只能算是土巴兔在做属于那个时代背景下真正应该做的事情。

可能有人会拿土巴兔并未真正解决家

装行业的痛点和难题说事儿,但是,如果一定要寻找土巴兔的商业模式的错误,那么,我们只能说土巴兔犯了一个那个时代几乎所有的互联网家装平台都会犯的错误的而已。但是,对于土巴兔来讲,它深耕家装,改造家装的初衷是没有任何改变和动摇的。

正是因为如此,我们看到了当移动互联网时代的红利开始见顶之后,土巴兔开始将更多的目光聚焦在了家装行业本身,无论是对于装修公司的助力,还是对于家装有关标准的制定,甚至是对于新技术与家装融合的探索,我们都看到了土巴兔在深耕行业上所做的能力。

这何尝不是一种蓄势呢?这何尝不是一种自我证明呢?从某种意义上讲,土巴兔并未登陆港股其实并不是一次挑战,更多的是一种机遇。它向外界证明,土巴兔并不仅仅和其他的互联网家装平台一样严重依赖流量和资本的存在;它向外界证明,土巴兔并不仅仅只是只有平台;它向外界证明,土巴兔并不能够被划分到互联网家装的范畴。

所以,当外界传出土巴兔再度上市的消息时,我是一点都不感到意外的。因为我始终都认为,土巴兔的上市仅仅只是早晚的事情,并不是能与不能的事情。

土巴兔用自己的实际行动告诉人们,所谓的互联网家装,仅仅只是在那样一个互联网浪潮涌动的时代背景下发展的必然产物。而土巴兔仅仅只是做了那个时代应当

做的事情,包括融资,包括移动互联网化。

土巴兔用自己的实际行动告诉人们,所谓的互联网家装,核心依然在于家装本身,一切的原点必然需要回归家装,才能真正找到初心,找到最真的自己。真正能够支撑土巴兔走到今天,并且可以继续向A股发起冲击的力量,正是源自于此。

土巴兔用自己的实际行动告诉人们,互联网家装的出路和未来依然在于家装本身,只有真正回归家装本身,寻找改变家装行业的方式和方法,才能真正跳出互联网家装的泥淖,真正进入到一个全新的发展时代。

市场欠土巴兔一个上市,或许,仅仅是因为人们用看待互联网家装的方式来看待土巴兔而已。市场欠土巴兔一个上市,或许,仅仅是因为人们把土巴兔划归到了互联网物种的范畴而已。市场欠土巴兔一个上市,或许,仅仅是因为人们并不了解王国彬以及并不了解他所做的事情而已。市场欠土巴兔一个上市,或许,终究还是要把上市还给土巴兔的。

到那时,土巴兔或许便不再是他们认为的那个土巴兔,而是变换了模样,成了新的物种。

这一切都要等到土巴兔真正登陆A股的那一天,才能得到证实,让我们拭目以待吧!

我相信,到那个时候,我们才能真正了解土巴兔,我们才能真正看清王国彬做土巴兔的初衷与使命。

华府冷暖空调
专业快速,服务DC/VA/MD
电话:240-421-7363
9-153

冷暖气机 热水炉
中央空调 风管
消毒杀菌灯 车库门
维修 安装 保养

代理:
Carrier
Payne
Goodman

冷暖气新机:
零件10年保证 / 1年人工保证

阳光冷暖空调
SUNLIGHT HVACR LLC
HVACR MASTER&CONTRACTOR LICENSED

机器换新 特价

名牌空调安装维修
代理 CARRIER, Bryant,
Payne, Goodman, TRANE

专业技术执照 Insured
两年 Labor 保证, 十年部件保证

240-756-8899 Lee

方氏冷暖
Carrier Trane 9-152
240-651-9115

空调维修
冷气暖气
维修安装

质量保证
价格合理

专业中央空调

安居冷暖空调公司
Infinity Air LLC
9-147

代理多种名牌空调设备
Carrier, Bryant, Payne,
Goodman

专业技术执照
HVAC Master & Contractor License

电话:571-334-9893
Licensed, Insured