

## 新消费还是一个风口吗

互联网红利的消退让越来越多的人开始将关注的焦点聚焦在了新的领域里，新消费，无疑是最值得关注的重点领域。按照我的理解，所谓的新消费，其实就是满足用户的新需求，它是一个由新需求衍生而来的新概念。那么，需求因何而来呢？很显然，需求依然是从C端用户而来的。

按照这样一种逻辑，我们可以非常明显地看出，所谓的新消费依然是一个以C端为终极目标的存在。如果新消费是一个以C端用户为终极追求的存在，是不是就意味着我们依然需要不断地获取流量呢？是不是意味着我们依然需要建构大型的平台呢？在平台经济日渐受到诟病的大背景下，如果新消费依然与平台经济深度绑定，是无论如何都无法获得长久发展的，只有对新消费赋予新的内涵，才能让它跳出平台经济的泥淖，真正进入到一个全新时代。

在很多情况下，新消费之所以被称作新消费，在很大程度上是因为有旧消费的存在。所谓的旧消费，其实就是依靠大型平台的撮合和中介的方式，将尚未升级和改造的商品供应到消费者手中的过程。反过来说，新消费，更像是一个抛弃平台模式，将升级和改造之后的商品供应到消费者手中的过程。

然而，现在很多的新消费玩家仅仅只是将关注的重点放在了对商品的升级和改造，却忽略了对于平台的过度依赖，最终，他们又不自觉地陷入到了平台模式的怪圈当中。所谓的新消费，非但没有重构传统的平台模式，甚至还将自己变成了维持平台地位的工具。

可见，仅仅只是专注于做商品的升级与改造，而不去改造商品与消费者结合的方式和方法，所谓的新消费只能是大型平台的附庸，是难以走出一条独立自主的发展模式的。只有那些跳脱了平台模式的束缚，真正实现了商品的改造和升级，并且真正建构了商品与消费者结合方式的玩家，才是最终的胜利者。

这是新消费玩家之所以受到头部平台，特别是电商头部平台关注的主要原因所在。

不可否认的是，这样一种新消费的发展模式的确可以获得一定程度的发展。原因在于，大型的平台是需要新的商品来保证自身平台流量的留存与转化的。然而，如果仅仅只是将新消费局限于此，甚至将新消费看成是一种收割流量的工具，所谓的新消费依然无法持久。

无论是从当前的资本环境，还是从现在的流量环境来看，新消费都难以支撑起这样一种发展模式。跳出平台模式的怪圈，站在新的角度来看待新消费，并且找到真正适合新消费的发展模式，才是正确的发展之道。

那么，现在的新消费还是一个风口吗？很显然，是。

之所以会有如此的判断，主要是因为平台模式的式微、产业变革的提速以及新供给模式的逐渐形成。

### 一、平台模式的式微

不知道你有没有发现，纵然是那些头



部的平台都开始不再将自身定义成为一个真正意义上的平台，而是开始更多地将自己定义成为产业的一份子，抑或是产业的“基础设施”。真正导致这一现象出现的根本原因在于，传统意义上的平台模式开始遭遇了越来越多的困境和难题。仅仅只是充当第三方的撮合角色，而不去投身到产业的实际运作过程当中的做法，开始遭遇越来越多的天花板。

同平台模式遭遇到的困境不同，非平台模式则正在遭遇一场全新的变革，以此为契机，正在迎来新的发展机遇。所谓的非平台模式，其实就是将重心从平台端转移到产业端的模式。在对产业端进行了改造之后，再去寻找新的商品销售渠道的过程。我们看到的现在正在进行的场景的打造、改造和升级，正是这种现象的直接体现。

当新的场景打造、改造和升级完成，它们将会取代大型的平台，成为新的渠道。借助这些新的渠道，新的商品可以与消费者之间达成一种更加高效的对接。当这种更加高效的对接方式完成之后，传统意义上的平台模式必然会被取代。

而那些仅仅只是依赖线上的大型平台的发展模式不同，我们看到那些依靠线下的场景，特别是打造、改造和升级之后的场景来桥接其商品与消费者联系的玩家，开始受到越来越多的青睐。这其实正是平台模式式微的一种表现。

如果我们能够跳出线上平台模式的牵绊，真正站在新的角度来看待和挖掘新消费的潜能，并且通过线下的场景来找到新商品与消费者结合的方式和方法，那么，所谓的新消费依然是有巨大的发展空间。因此，新消费的下一个风口在于对于新场景，特别是线下新场景的打造上。

当我们建构了一个新的场景和渠道，并且这个渠道可以与线上的渠道完美融合，那么，新消费就不再是一个线上大型平台获取和留存流量的工具，而是变成了一个线上渠道和线下渠道协同的发力点。以此为开端，新消费将会被赋予新的内涵，从而开启新的发展方式。从这个逻辑

来看，新消费依然是一个风口。

### 二、产业变革的提速

同平台模式逐渐遭遇越来越多的诟病不同，产业变革一直都在保持提速的发展态势。这主要得益于新技术的成熟以及落地和应用的逐渐铺开。对于旨在升级与改造产品端和销售端的新消费玩家来讲，无疑是一次绝佳的机会。

早期，很多新消费玩家对于商品的升级和改造，多半是停留在两个“极端”。一个“极端”是在前期商品的设计阶段，很多新消费的玩家仅仅只是通过改变产品的包装和设计来满足消费者在观感上的升级，并不会去关注商品本身是不是满足了消费者的需求。不可否认的是，这种以浅层加工的方式来实现的发展模式，的确起到了一定的效果。

然而，随着越来越多的玩家加入到这样一种行列里，仅仅只是通过设计、观感上来提升商品与消费者结合的方式和方法的玩家，开始遭遇越来越多的竞争者。这种类型的新消费，同样开始从一片蓝海，变成了一片红海。这是那些认为新消费不再是一个风口的玩家，真切感受到的一个重要问题。

另外一个“极端”是在后期的商品销售环节。很多的新消费玩家依然将商品销售渠道聚焦在传统的销售方式上，互联网式的平台模式同样是他们最为关注的一个重要方面。孰不知，经历了多年的洗礼之后，原本被称作是一种新的消费模式的互联网式的平台模式开始遭遇越来越多的困境和难题，以撮合和中介为主导的平台模式开始遭遇越来越多的挑战。值得注意的是，大型平台以资本的方式来投身到新消费的领域，在很大程度上将新消费变成了一个维持自身地位的方式和方法，而没有真正走出一条属于新消费的正确发展之道。

这是很多新消费玩家始终都没有破解的一个重要问题。

正所谓，科技是第一生产力。一切的一切还是要从科技上寻找新的机会。随着

新技术的不断成熟和完善，落地和应用不再是横亘于新技术与产业之间的障碍。通过将新技术与产业深度融合，一场以产业升级为导向的新变革正在拉开序幕。越来越多的产业元素被改造，越来越多的产业流程被重构，越来越多的新产品开始出现。

同样地，大型平台同样正在发生一场以产业变革为主导的新变革。从传统时代的平台模式，开始越来越多蜕变成新型“基础设施”。这是一场深度而又全面的产业变革，在这场变革当中，纵然是头部的互联网平台都未能幸免。可以预见的是，当这场变革持续，并且不断提速的时候，对于那些新消费玩家来讲，同样是一次绝佳的机遇。从这个角度来看，新消费依然是一个新风口。

### 三、新供给模式的形成

新供给模式的形成，是围绕着去中心化的方式来出现的。所谓的新供给模式，其实就是相对于传统的供给模式而言的。那么，传统的供给模式是怎样的呢？它主要包含两种：一种是以传统分销为主导的多中心的供给模式，这种供给模式主要以传统的代理商、加盟商为代表；另外一种传统的供给模式是以大型互联网平台为中心的单一中心的供给模式。无论是多中心，还是单中心，一切的一切都是围绕着“中心”展开的。

中心化，是传统供给模式的根本核心。这样一种供给模式，并不能够带来商品与消费者的高效对接，甚至还有可能增加商品生产的成本和消费者获取商品的成本。于是，我们需要以去中心化的方式来建构新的供给模式。

笔者留意到，越来越多的玩家开始加入到这样一种去中心化的新供给模式的战役里。通过渠道的不断下沉，最前端的生产厂家可以通过场景的打造、社群的运营、内容的输出实现从商品到消费者的去中心化的新供给模式。对于一直对传统的中心化的模式非常依赖的新消费玩家来讲，这其实同样是一个机会。

我们现在所看到的C2M、F2C等新的商业模式，其实都是衍生于这样一种新供给模式。试想一下，如果新消费玩家实现了商品的升级和改造，然后再通过去中心化的供给模式，将这些新产品供应给消费者，它必然还将会获得新的发展。

从这个角度来看，新消费同样还是有机会的，因此，还可以继续充当风口的角色。

当互联网红利不再，越来越多的资本开始涌入新消费的赛道。同时，我们又看到有关资本投不动新消费赛道的观点开始出现。在很多情况下，人们之所以这么认为，主要是因为他们依然在用传统的眼光看待新消费，甚至在用互联网的思维来看待新消费。可以确定的是，在旧有的商业模式的天花板越来越远的时候，仅仅只是以这种逻辑来看待新消费的方式，是很难找到新消费的新契机的。跳出原有发展模式的怪圈，真正站在新的角度来看待新消费，并且以此来寻找新消费里的新机会，才能有所突破。

## 美林贷款

Marion Mortgage LLC

诚实 敬业  
经验 丰富  
客户 至上

NMLS#176854

Yue(Jill)Zhou NMLS#281400 Sr.Loan Officer 571-432-5811(C) yzhou@marionmortgage.com

Jia Yu NMLS # 2017104 loan officer 571-207-5811(C) jia@marionmortgage.com

Mark Shankle NMLS #1047216 loan officer 703-424-0750 (C)

Triet Le NMLS #2094471 loan officer 571-249-3321(C)

Ha Chu Processor 540-208-8006(C)

黄捷博士 Jayie (Jenni) Rowe NMLS#177851 President 571-934-8000(C) jrowe@marionmortgage.com

Hard Money Loans, Fix Up, Condo Investment, Business to Business Only 民宅(包括FHA贷款)、商业、土地及建筑贷款

MC-2854 NMLS ID #176854 MB 11096 www.nmlsconsumeraccess.org

5-106

地址: 14637 Lee Highway, #103 Centreville, VA 20121  
Tel: 703-830-6680(O) 703-830-6681(O) Fax: 703-830-6682  
http://www.marionmortgage.com