

美团的新战略,产业互联网的深逻辑

如果站在今天回望那个产业互联网被提出的时间点,你会发现,那个时候的产业互联网是多么的稚嫩与简单。

的确,在那个互联网的红利尚未被彻底出清的年代里,我们在谈论产业互联网的时候,如同在谈论一个编织在互联网的天空下的梦。

事实上,它与互联网并无关联。

而现在,这一切正在发生一场深刻且全面的改变。

所谓的产业互联网不再是一个遥不可及的梦,而是变成了一个触手可及的美妙新世界。

今天,看到美团将自身的战略升级为“零售+科技”之后,再一次印证了我的判断,即产业互联网正在从理想照进现实。

乍一看,美团的此次战略升级,仅仅只是根据公司内外部环境的变化所做的一次既定的调整,但是,如果我们将美团的此次战略调整与阿里、京东早前的调整联系起来,就会发现,并非偶然。

2015年,张勇出任阿里CEO,直接管理阿里电商零售事业群。

我认为,从这一刻开始,阿里的战略其实已经开始发生了转型,开始将自身的定位从平台模式,转变成为产业驱动。换句话说,就是做产业互联网了。

后来,阿里将高德、飞猪和本地生活三大板块交由合伙人、高德董事长俞永福统一管理。

其实,就是在做零售的基础设施建设,旨在用科技的力量来驱动零售将行业更好地转型升级。

同阿里一样,京东同样也进行了相关的战略调整。

前段时间,徐雷出任京东“二号人物”,就是这样一种战略调整的直接体现。

事实上,早在对徐雷进行人事调整之前,京东就已经开始了战略调整。

早在2019年,京东核心管理层就对京东重新定位,认为京东是以零售为基础的科技公司(后调整为以供应链为基础),零售是京东的核心,科技是京东的未来。

透过新近的美团的战略调整,早前的阿里、京东的战略调整,我们可以非常明显地感受到,传统意义上以平台为主导,最大规模的发展模式开始被束之高阁,取而代之的是,人们开始将更多地关注点聚焦在了自身与产业的深度融合上。

无论是美团的科技赋能零售,还是阿里的成为零售的基础设施,抑或是京东将自身定位成为以零售为基础的科技公司,我们都可以看出,产业与科技的融合,特别是产业与互联网的深度融合正在成为一种现实。

如果放在以前,这是完全不可想象的。

因为与产业的深度融合,就意味着平台公司要投入更多的资金去研发新技术、去布局新服务、去构建新生态。

对于尝惯了流量甜头的互联网平台公司来讲,他们是没有时间和精力去做这些脏活累活的。

但是,现在却不一样了。

当流量见顶,越来越多的互联网公司开始意识到一味地做大规模已经很难,唯有不断强化自身与产业的结合,在纵向上做深,才能寻找新的发展机会。

或许是互联网发展的必然,或许这本来就是一条符合产业进化之道的发展规律,产业互联网开始越来越多地出现在人们面前。

以阿里、京东、美团为代表的互联网巨头的投身其中,更是让这样一种发展脉络开始变得清晰。

我认为,当头部的互联网企业开始将更多的关注点聚焦在产业互联网身上的时候,那个以规模和效率为主导的消费互联网时代开始逐渐向我们远去了。

那么,当产业互联网时代来临,互联网行业又将发生怎样的改变呢?

我认为,主要有如下几个方面的新动向。

第一,互联网原有体系下的业务将会被深度整合。

在很多时候,互联网玩家们之所以会有如此多的业务线,其中一个很重要的原因在于,他们想要借助这些业务线来拓展自身的生态边界的。

说白了,他们就是想要借助这些业务线来获取流量的,并且让流量可以在自身的生态体系下生产和生活的。

每开一条新的业务线,就意味着有一个领域的流量被涵盖其中,同样也意味着他们本身的规模就扩大了一个量级。

事实上,很多的业务线从本质上有很多共通之处。

这就意味着原本以规模为主导的发展模式存在着很多重复和叠加的地方。

对于业已步入到深水区里的互联网企业来讲,这些重复的业务是一种极大的浪费,将会在一定程度上加重自身的负担。

当产业互联网时代来临,互联网玩家们不再依靠规模增长来延续自身的发展,而是开始更多地从产业的角度来看待和思考自身的发展,于是,一场对原有体系下的业务整合便会开始。

透过阿里、京东、美团等玩家们的战略升级,我们就可以看出这样一种端倪。

不管他们如何调整,一个大的方向就是对原有的业务线进行整合和升级,找出原有业务线的共性,从产业的角度来思考下一步的战略规划。

或许,这是产业互联网最先开始的核心



要义吧!

第二,以互联网的深化为开端,新技术将成为产业互联网的新动能。

现在,有一个观点,认为互联网时代一去不复返了,并且开始否定互联网技术的作用,所以,在谈论产业互联网的时候,对于互联网这个字眼,避之不及。

我认为,在产业互联网时代,我们只是不再用原来的眼光来看待互联网,而是开始更多地挖掘和提炼互联网,找到互联网在产业互联网时代的新功能。

基于此,在产业互联网时代,我们可以窥探到互联网企业将会加大对互联网技术的再创新以及对于新技术的深度布局。

对于互联网的再创新主要聚焦在对数据的挖掘和整理上,主要是以大数据、云计算为代表;对于新技术的深度布局,主要是以人工智能、区块链为代表的新技术的研发。

从这个角度,我们可以看出,未来的产业互联网将会以对互联网技术的再度深化为开端,以新技术的深度布局和应用为动能。

第三,互联网企业在横向上的边界将会被打破,纵向上的竞争将开启。

当互联网企业内部的业务开始被深度整合的大背景下,一场以消弭边界为主导的新发展同样正在外部上演。

前段时间,有关互联网平台之间的互联互通引发了行业的诸多热议。

无论是对于互联网企业来讲,还是对于广大的用户而言,事实上都是对于这个事情有很多期待的。

当互联网平台之间的边界被打破,传统意义上的以建筑高墙和壁垒为主导的发展

模式必然开始遭遇新的挑战。

也就是说,对于广大的互联网平台来讲,再也不能像以往那样通过建构自身生态体系,然后对用户进行收割的方式来实现盈利。

这就预示着互联网企业在横向上的发展模式开始遭遇瓶颈,他们必然要放弃这种发展模式,转而将更多地精力聚焦在纵向与产业的深度融合上。

无论是美团的此次战略调整,还是早前阿里、京东的动作,其实都是这样一种发展模式的直接体现。

这其实就是产业互联网真正来临的重要标志。

可以预见的是,未来,真正考验产业互联网玩家们将不再是边界的宽窄,而是更多地聚焦在纵向深度上的深浅。

如何与产业深度融合,如何对产业进行深度改造,如何实现不同产业之间的连接,将会成为未来产业互联网玩家们的发展重点。

美团的此次战略调整,让产业互联网再一次从理想照进了现实。

可以预见的是,未来的互联网企业里将会出现越来越多的产业互联网的字眼。

在这种情况下,产业互联网的路径同样将会变得越来越清晰。

事实上,美团并不是第一家,早前的阿里、京东都已经将战略从消费端更多地聚焦在了产业端。

这不能不算是产业互联网时代来临的重要标志。

深度把握产业互联网时代来临的内在规律,发展动向,并且找到产业互联网的正确发展之道,或许才能在新的时代风口里迎风起舞。



川陕名吃

地址 (DC店和Rockville店)

2700 New York Ave. NE,
Washington, DC 20002
316 N. Washington St.,
Rockville, MD, 20850

营业时间

周日至周四: 11am-10pm
周五、周六: 11am-11pm

电话: (202)636-3588 (DC)

(202)534-1620 (DC)

(301)-875-5144 (MD)

* 从马里兰大学沿1号路南下,从乔治城和乔治华盛顿大学沿New York Ave东行,均约15分钟车程。店内有大型KTV包厢享受美食,纵情欢歌。

肉夹馍



凉皮



羊肉泡馍



夫妻肺片



长期诚聘英文好且业务熟练的收银员和大堂经理,有意者请电洽。

地道陕西名吃,聘请原陕西文汇报国宾馆主厨省师傅和赵师傅及其团队主理厨艺;同时聘有精通川菜,粤菜和各类家常菜的驻店厨师;新型的经营理念,为您提供一流的服务。店内设钓鱼台豪华包厢(最多容纳60人)及大型宴会厅(可容纳300人以上),酒水齐全,卡拉OK助兴。环境优雅,空间宽敞,自拥上百停车位,可承接各类公司、社团和私人大型宴会。餐厅地处华盛顿近郊,交通便利,诚挚恭迎大华府地区各界人士前来品尝指导。

董事长: 柳奇 敬呈

