

焦虑的小红书

新消费的风靡,带火了小红书,种草日记的风靡,就是例证。

如果仅仅只是因为如此,就将小红书看成一个成功案例大书特书的话,未免有些言过其实了。

尽管种草日记很火,尽管用户对于小红书的调性很推崇,特别是Z世代的用户,如果小红书始终都找不到一条正确的商业化道路,自始至终,它都是一个被资本喂养的巨婴。

一直以来,小红书都没有停止过对于商业化道路的探索,无论是从内容的形态上,还是从商业的逻辑上都是如此。

透过小红书的越挫越勇的尝试,我们看到的是,它对于商业化变现的孜孜不倦的追求,同样地,我们也应该看到它的商业化道路何其艰难,以及背后透露出来的深深的焦虑。

有关直播带货的尝试,有关号店一体的试水,小红书似乎一直都走在商业化变现的路上。

一方面,小红书的发展的确已经到了商业化变现的阶段;另一方面,或许更多地透露出来的是小红书在商业化变现上的病急乱投医。

因为一旦生乱,所有的尝试都是不理智的。

同小红书在商业化变现上的原地踏步相同的是,小红书在融资上的原地踏步。

尽管小红书至今已经经历了6轮融资,融资金额超过10亿美元,但是,大部分的融资都发生在2018年之前。

11月8日,小红书传来了新一轮融资5亿美元的消息。作为Pre-IPO轮融资,本轮融资由淡马锡、腾讯和阿里领投,基本上都是以往的投资机构的跟投。

值得一提的是,这是2018年至今,小红

书公开的唯一一次融资。

融资的受阻,除了和资本市场的大环境有关之外,或许,更多地透露出来的是,小红书本身商业模式上的某种问题。

否则,小红书也不会间隔这么长的时间,才有融资的消息。

不得不,作为一个内容社区,小红书的确定为消费者提供了他们需要内容,实现了商家们获取流量的愿望。

时至今日,如此多的商家和消费者对种草日记的推崇,就是明证。

然而,试想一下,如果小红书仅仅只剩下了所谓的种草日记,仅仅只是一个内容平台,那么,它就只能是一个内容的中转站,流量的中转站,始终都没有形成真正意义上的商业闭环。

这非但无助于流量的留存,甚至对于自身的发展来讲,同样是一种威胁。

或许,这才是小红书焦虑的根本原因所在。

由此,我们就能够理解,为什么小红书在商业化变现的道路上越挫越勇?为什么小红书可以在长达三年的时间内再也没有任何融资的消息?

同小红书在商业化变现上的屡战屡败不同,以抖音、快手为代表的平台则是开启了它们在商业化变现上的一往无前的发展。

特别是抖音,尽管在融资上不及小红书,但是,从商业化变现的角度来看,不知道甩了小红书多少条街。

可以说,无论是直播带货,还是以短视频为主打的内容电商,抖音和快手们都走出了一条让人艳羡的发展道路。

毋庸置疑的是,现在的抖音、快手业已从单纯意义上的内容平台,蜕变成内容与电商相得益彰的综合型平台。

或许,这才是抖音、快手之于小红书最好的借鉴意义。

对于同为内容平台的小红书来讲,看到抖音、快手们如此娴熟的商业化技法,很难讲是不焦虑的。

所以,我们就看到了它不断地去尝试商业化的道路,不断地去寻找能够与内容契合的发展模式。

不幸的是,似乎总是没有找到。

于是,在焦虑之余,小红书唯一能够找到的缓解焦虑的方式和方法,或许只有融资上市这一条路了。

所以,在疯传了一个月即将IPO上市的消息之后,我们就看到了小红书的Pre-IPO轮融资的消息。

对于小红书来讲,这笔可能是多方妥协而成的融资,可谓是久旱逢甘霖。

不过,虽然小红书暂时通过融资缓解了商业化变现上的尴尬,但是,透过此轮融资,我们同样可以看出小红书本身在估值上的虚高不下。

根据此轮融资的金额,我们可以看出,目前,小红书的投后估值已达到了180亿美元。

而和小红书有着相似的调性和发展方向,并且在营收规模、用户量和影响力上均高于小红书的微博,在美股市场上的估值也才刚过100亿美元。

因此,小红书是否能够支撑起高达180亿美元的估值,不得不说是个值得深思的问题。

可以确定的是,如果未来的小红书无法成功IPO,那么,这样一笔融资,对于小红书来讲,非但不是什么好事,甚至还会成为压垮它的最后一根稻草。

深入分析真正导致小红书焦虑的根本原因,依然是平台思维作祟,依然被困囿于

流量的枷锁之下。

正是因为平台思维的影响,最终让小红书并不愿意去做与之相对应的时尚、美妆、美食和旅行等领域的供应链上的事情,而仅仅只是一味地主打内容本身。

正是因为流量至上的影响,最终让小红书始终都缺少彻底转型和升级的勇气与信心,而是仅仅一味地坚守在原本它以为的正确的发展道路上。

所以,小红书就仅仅只能用传统意义上的互联网套路来说服自己,并以此来掩盖它业已与时代脱节的尴尬。

的确,新消费的风靡,Z世代用户的推崇,似乎又让小红书有了存在的意义。

但是,如果仅仅只是看到了用户对于自己的推崇,而不去珍惜这些推崇之下的信任,那么,在小红书的眼里,这仅存不多的信任,或许就是一波波待割的韭菜。

说到底,依然还是平台思维和流量至上在作祟。

对于小红书来讲,看清当下内容行业正在发生的深刻变化,并逐步实现从单纯意义上的种草日记向直播、短视频等更多内容业态的转移。

或许,才是正道。认识到新消费的本质内涵与意义,并彻底放下平台的身段,真正投身到新消费的洪流里,真正做新消费时代的脏活、累活。

或许,才是出路。

焦虑的小红书,还是会继续焦虑下去。因为它所焦虑的业已无法用现在的市场去满足,因为现在的市场已经变了。

纵然是小红书成功IPO了,它也是被资本裹挟着的成功,而不是真正意义上的成功。

同样地,对于现在的市场来讲,这样的成功,或许还需要更多的检验与考量。

丰田如何自救于芯片荒?

芯片荒自去年开始爆发,持续影响着相关产业,尤其是汽车行业,更是饱受困扰:空有订单,没有芯片。日前,汽车巨头丰田宣布,14家位于日本本土的工厂将面临停工,最长时间将达到11天。如果把视野扩大到全球范围内,丰田汽车将在未来一个月内减产大约33万辆。现在,巨头都有如此窘境,一些小品牌自然也不会好到哪里去,根据各家公布的数字粗算,这一轮减产数量约占日本上一财年汽车总量的15%,大概有105万辆。显然,对于管理精致,具有强大垂直分工体系的日本车企来说,这样的情况并不多见,究其原因,正在于芯片的制造和采购并不在自己的垂直体系内。加之,受疫情影响,芯片需求大幅增加,芯片制造商的产能吃紧,只能优先做一些毛利率高的产品,至于汽车这个古老的行业,势必需要新的手段来应对危机。

对于普通人来讲,丰田停产11天,并不是一个有足够吸引力的标题,感觉11天的长度也就是1.5个黄金周罢了,但熟悉制造业的人听到如此消息之后,都会感觉莫名的恐慌,他们深知:11天足以重创一个大型的制造企业。

精益流水线,牵一发而动全身

芯片荒刚开始的时候,大家心里都挺慌的,因为那个时候,普通人对芯片业的理解很肤浅,不知道应该做点儿什么;随着芯片

荒加剧,大家越来越理解芯片行业,心里头却更慌了,蓦然发现:我们竟然神马也做不了,最起码,短期之内,芯片业的人才、设备、材料都跟钻石一样稀有,都是可遇而不可求、全球开采量有限的东西。现在,相关的行业只能把芯片作为硬通货,“屯点儿芯片”也成为很多企业最重要的经营策略之一。

显然,如此状况和经营策略对于擅长垂直细分、精益流水的丰田,非常地难受,而停产更像是伤筋动骨之戕害,有可能重塑企业价值观。

事实上,汽车行业最早的时候,只能整车制造,对于制造师傅的技能要求非常高,产能却非常低。毕竟,能把整个汽车都搞明白的工人相当得凤毛菱角,都是一些天才型选手。早期的汽车,每一台都不一样,根本没有试验、修正、标准化的机会。后来,丰田创造出独步天下的精益生产体系,把整车制造分解成为几千个简单步骤,均匀地分布在流水线上;有些工人只需要刷漆、拧螺丝和安装玻璃等等,技能要求大大降低,简直是傻瓜型工作。基于此体系,丰田可以招募到大量的“合格工人”,进而把操作标准化,包括螺丝的扭力、刷漆的力道和浓度,玻璃的组合公差等等,一时间,丰田汽车产能大幅度提升,之于社会也有了非常深刻的影响。自此,丰田一跃成为汽车巨头。

但是精益流水线也面临很大的挑战。

工人在得知只需要做单一工作时,心里会产生恐慌,担心自己随时会被取代,于是他们利用工会争取“终身雇佣制”,丰田最终答应,前提是在效率、良品率等各项指标上做到极致。幸运的是,两个利益集团有了共同的目标,使企业进入了正循环。显然,芯片荒打破了长久以来的正循环,停产11天意味着工人在无事可做的情况下,丰田依旧要支付工资,而减产意味着设备、厂房的利用率下降,给经营造成巨大困难。

Just in Time,丰田如何自救于芯片荒?

平心而论,丰田模式是全球汽车制造、消费电子制造的祖师爷,最得其真传的莫过于大量台资企业,包括富士康、和硕、纬创以及大陆后起之秀歌尔、立讯、蓝思等等,都因丰田模式受益,当然,也会遭遇丰田的麻烦。事实上,缺芯之所以给丰田带来如此麻烦,正在于,精益生产模式,又称 Just in Time,只适合于全球风调雨顺之时。因为工人效率、良品率,甚至晚上的时间,都被这条流水线压榨到极致,所以,丰田有底气降低汽车的成本和售价,而且为了进一步降低“资金占用利息”,他们强调 Just in Time,通俗来讲,就是只在适当的时候,购买适当的物料,立即制造出货。

显然,芯片并不在 Just in Time 体系中,当丰田想要购买“芯片”时,才发现根本买不到,仅此一个环节,就会让整个产业链都遭

殃。事实上,不管是芯片这样 keyparts 料件,还是油漆、胶水、螺丝等小件,只要缺货就会导致庞大的产业链系统瘫痪。所以,供应链管理是整个制造业的重中之重。

面对如此窘境,丰田自然不会坐以待毙。

如前文所述,“屯点儿芯片”是很多企业核心的经营策略之一,丰田自然也不例外。当生存受到威胁,Just in Time 价值观肯定也要为之让步。据消息人士透露,丰田已然决定把芯片的库存量从3个月提高到5个月,巨大的库存占有巨大的资金,势必会拉高丰田汽车的成本,但拉高其成本的又何止于库存?他们依旧要面对停工、减产之后工人薪水的问题,需要更好地利用这段时间做好培训和重塑心态。事实上,如果丰田承诺终身雇佣工人,那么,工人大概率会有觉悟和企业共渡难关。况且,日本企业都惯于独立采用工龄制,彼此之间签有竞业协议,这也意味着,员工一旦离开,他们在丰田的工龄和资历将会全部清零,这在一定程度上也促使员工要留下来,好好利用这段时间充电。

当然,丰田完全寄希望于自己搞定芯片荒的冲击,也不太现实,他们需要同客户讨论价格调整,同样,也希望日本地方政府能增加一些补贴、政策优惠,来协助其渡过难关,毕竟,企业担负着巨大的社会责任。(科技新发现 康斯坦丁/文)

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

Tel: 703-830-6680(O) 703-830-6681(O) Fax: 703-830-6682

地址: 14637 Lee Highway, #103 Centreville, VA 20121

http://www.marionmortgage.com

5-106

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