

京东需要央视春晚

不得不说的是，央视春晚真的是行业的晴雨表。透过它，我们可以看到行业的兴衰更替，见证的是企业的治乱兴衰。尽管互联网行业的发展已然大不如前，然而，这并不影响互联网玩家们对于央视春晚的追捧，借助它的影响力，塑造自身的品牌，依然是很多互联网公司的首选。

经历了阿里、腾讯、百度、拼多多等一众的互联网企业之后，今年的央视春晚再一次与互联网企业携手了。不出意外的是，这一次，京东和央视春晚走到了一起。很多人将此次京东与央视春晚的携手看成是其他互联网企业与央视春晚合作的简单拷贝，甚至还有人认为，京东在与央视春晚的合作上慢了半拍。

尽管这种看法颇有几分合理之处，但是，如果仅仅只是将此次京东与春晚的携手看成是互联网企业的「最后曙光」，甚至用以往的眼光来看待这件事，未免有些太过简单和武断了。透过京东与央视春晚的携手，我们不仅要看到以往互联网企业的影子，而且要更多地看到一些新的变化。透过这些变化，我们才能真正明白京东为何选择在此时此刻与春晚合作，并且可以窥探到当下互联网行业正在发生的一些新的变化。

京东做了一家电商公司该做的

无疑，互联网行业正在发生一场深刻且全面的转型和升级。对于京东来讲，亦不例外。尽管京东一直都在转型和升级，一直都在沿着新的发展道路探索，但是，我们依然要看到的是京东依然是一家互联网公司，特别是一家电商公司。对于电商公司而言，流量始终都是其生命线。掌握了流量，就相当于赢得了天下。

在流量已然见顶的大背景下，找到一个相对稳健的流量入口，显得至关重要。经过早期的诸多互联网公司与央视春晚的合作试验之后，它们通过央视春晚所获得的效果都得到了验证。无论是早年的阿里与腾讯之间的红包大战，还是后来的拼多多的强势崛起，无一不是如此。不得不说的是，尽管人们一直都在诟病央视春晚，但是，它作为一个流量聚合的「时点」的本质，并未发生太过改变。

于是，对于每一个对于流量依然有需求的互联网玩家来讲，选择与央视春晚合作，都是最优解。对于京东来讲，其实正是需要央视春晚这样的流量聚合地，延续其电商业务的发展。从这个角度来看，京东做了一家电商公司该做的事情。可以确定的是，通过与央视春晚合作，京东可以实现其他的互联网企业已实现的目标，而这似乎也在告诉我们，京东依然是中国为数不多的头部互联网企业。

京东需要借央视春晚证明自己

回顾今年以来京东的发展，我们可以



发现，京东正在经历一场所有互联网企业都在经历的新周期。在这个过程中，我们看到了京东在共同富裕上的动作，我们看到了京东在拥抱实体经济上的尝试，我们看到了京东在转型升级上的探索。不得不说，今年以来，京东的表现还是相当亮眼的。

然而，尽管京东做出了如此多的新尝试和新探索，但是，我们依然看到的是，它依然会面临每一个互联网企业必然都会面临的新困局。在这样一个互联网企业的寒冬期，京东迫切需要一个渠道来证明自己，来展示自己，从而进一步确立自己在互联网行业当中的地位。

那么，什么才是最优解呢？央视春晚作为一个被全体中国人共同关注的节目，自然成为了那个不可多得的正确选择。于是，通过携手央视春晚来证明自己，来确立自己在互联网行业当中的地位，无疑是一种正确选项。

早前，我们看到的但凡是与央视春晚合作的互联网企业，基本上都是处于头部的企业。那么，如果京东可以和央视春晚

达成合作，特别是与央视春晚在这样的大背景下合作，更加彰显出来的是，京东自己穿越周期的能力和底气。从这个角度来看，京东之所以与央视春晚达成合作，更多地想要借助央视春晚来证明自己，确立自己在互联网行业当中的角色和地位。

互联网依然有发展后劲

一段时间以来，唱衰互联网，逃避互联网俨然成为了一种必然正确。我认为，所谓的互联网时代的落幕并不确切，它仅仅只能说明现在互联网行业的发展不及它风靡的时候那样快速了，但不能说明互联网一点都不行了。在我看来，如果互联网可以摆脱以往的发展模式，特别是摆脱对于流量和资本的依赖，找到与实体经济结合的正确方式和方法，互联网依然还有发展后劲的。

透过京东此次与央视春晚之间的合作，我们同样可以看出一些端倪。作为一家互联网企业，京东遭遇了诸多互联网企业必然会遭遇到的困境和难题。但是，我们同样要看到的是最近一年以来，京东在不断地调整和升级。包括在共同富裕上的

布局，包括在京东数科的转型，包括在新技术的探索。不得不说的是，京东的表现是可圈可点的。

这说明什么呢？这说明，所谓的互联网时代的结束的看法并不准确，它仅仅只是代表的是以往那种互联网模式的优势不再而已，如果我们能够找到新的发展模式，如果我们能够找到与当下的经济社会潮流相匹配的发展模式，那么，互联网玩家依然是可以获得发展的。

透过此次京东与央视春晚的合作，我们同样可以看出这样一种端倪。尽管互联网行业的发展势头已经大不如前，但是，它依然是现阶段发展较好的行业。同样地，如果其他的互联网企业能够找到在新的背景下的新定位，特别是找到互联网企业在新背景下的正确发展之道，那么，互联网企业依然是可以穿越周期的。

互联网正在开启新的发展

乍一看，京东与央视春晚携手依然还是在延续以往的互联网行业主导的发展模式。事实上，透过京东与央视春晚的合作，我们需要更多地看到的是互联网行业正在发生的新转型和升级。从这个角度来看，我们与其把京东与央视春晚的合作看成是一种以往互联网企业的简单拷贝，不如将其看成是互联网行业开启新发展的标志。

在我看来，我们应该从京东此次与央视春晚的合作当中看到更多新的玩法，并由此来窥探到互联网行业正在发生的新变化。这才是我们看到京东与央视春晚合作的正确姿势，如果我们仅仅只是将京东与央视春晚的合作，仅仅只看成与其他互联网企业相类似的存在，而没有真正找到京东的升级以及由此透视出来的是互联网行业正在发生的新变化。那么，这样一种观点同样是不全面的。

正是因为如此，我们才应该从新的角度来看待此次京东与央视春晚的合作，而不仅仅只是将其看成是一个与以往合作完全相同的存在。当我们真正以这样一个角度来看待这件事的时候，不仅可以摆脱以往的固定思维，而且还可以真正窥探到此次京东与央视春晚合作的内在逻辑。

不得不说的是，京东与央视春晚的合作来得稍晚了一些。但是，对于京东来讲，选择与央视春晚合作，不得不说是一个最优解。从这个角度来看，京东是需要央视春晚的。如果仅仅只是将京东与央视春晚的合作看成是跟风，抑或是以此来诋毁京东与央视春晚的合作，未免有些太过简单了。相对于这种观点而言，我更加愿意将此次京东与央视春晚的合作看成是一个全新的开端。这并不仅仅只是对于京东而言，对于广大了互联网企业来讲，或许同样如此。



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，聘请原陕西文八沟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

钓鱼台豪华包厢

