

薇娅的宿命

每一个人都有每一个人的宿命，薇娅也不例外。薇娅因直播带货而爆红，但同样因为直播带货而隐退。现在，薇娅即将复播的消息再度传出，多少是有些让人期待的。之所以会有所期待，除了期望薇娅可以延续以往的直播辉煌之外，更多地是想要以薇娅为窗口更多地去看待直播带货的未来。

尽管在可以看到的时间周期内，直播带货依然有一定的发展潜能，但是，经历了这样一场监管和洗牌之后，直播带货或许将会进一步走向正规，以往我们所看到的那样一种直播带货的辉煌，或将一去不复返。然而，作为一名主播，薇娅依然还是要直播。或许，这就是薇娅的宿命。

事实上，早在薇娅因偷税漏税被罚之前，有关直播带货的问题和诟病早已见诸报端。这折射出来的是人们对于直播带货认知的日趋理性，同样反映出来的是直播带货正在进入到一个全新的发展阶段。简单来讲，直播带货将会告别野蛮生长，真正回归客观和理性，正如它的母体——互联网一样，将会真正进入到一个相对较为健康与规范的发展新阶段。

作为直播带货真正意义上的头部，我们透过薇娅需要更多地看到的是直播带货正在遭遇到的境遇，并且去思考直播带货的未来和方向，而不仅仅只是将关注的焦点聚焦在薇娅本身。只有这样，我们才能在直播带货遭遇大变革，大调整的时代，找到真正适合它的正确的发展道路。

薇娅的宿命是直播带货的缩影

似乎从一开始，薇娅就注定了会因直播带货而兴，同样会因直播带货的退潮而没落。不可否认的是，直播带货成就的薇娅，但是，同样将薇娅推向了风口浪尖。因此，我们在看待薇娅的宿命的时候，必然需要将其与直播带货联系起来。从某种意义上讲，薇娅的宿命，是直播带货的一个缩影。

事实上，在直播的早期，人们并未真正将直播带货看成是直播主流的发展方向，而仅仅只是将直播看成是一种内容的新形式而已，它与短视频并无太多区别，仅仅只会一种承载内容的新形式而已。因此，在那样一个直播野蛮生长的年代里，我们看到的是，诸多玩家都是从内容的角度来看待直播的，正是因为如此，为了博眼球，获得流量，

我们看到的诸多直播乱象的出现。

盲目地以流量来衡量直播，最终让直播划归到了内容的范畴，并且将直播带入了发展的死胡同里。经历了资本和巨头们的推波助澜之后，直播经历了过山车式的发展，最后，我们看到的是曾经无比辉煌的「千播大战」的景象，最后落了个一地鸡毛。

直到人们将直播与电商结合在一起，并且衍生出来了「直播带货」的概念之后，直播才算是真正实现了触底反弹，以新的属性来定义和诠释自己。正是在这个时候，我们看到的是以薇娅、李佳琦为代表的主播开始真正登上了舞台。

不可否认的是，将直播与电商结合，的确满足了用户消费的新需求，特别是满足了商家在特殊时期的营销推广的新需求，正是因为如此，所以我们才看到了直播开始以几何级数的状态发展。在电商平台的支持下，我们看到的是，直播再一次绝地反击，成为了被追捧的对象。

尽管直播带货带来了庞大的流量，并且这些流量转化成为了销量，但是，我们需要明白的是，直播依然仅仅只是一种宣传推广的方式，它仅仅只能扮演商品营销和推广的角色，但却无法改变商品本身。正是因为如此，我们看到的是，人们对于直播带货的诟病。直播带货的乱象，便由此开始产生。

可以说，直播带货的火爆，成就了薇娅，让她可以在很短的时间内实现财富的积累。但是，直播带货的野蛮生长，同样让身处其中的薇娅难以自清，正是因为如此，我们看到的是，以偷税漏税为代表的问题的出现。可以说，薇娅的偷税漏税是直播带货行业野蛮生长的直接体现。而薇娅因偷税漏税被罚，同样是直播带货开始进入到全新发展阶段的表现。

薇娅的宿命反映的是直播带货的必然

事实上，早在薇娅被罚之前，有关直播带货将会调整的消息就已经见诸报端，并且外界对于直播带货开始有了越来越多的非议。高额的坑位费、高比例的抽佣、较低的转化率，业已成为商家们抱怨的重点。这说明，仅仅只是依靠坑位费、抽佣和转化率来实现主播的盈利，并不符合行业发展的正确逻辑。按照这样的方式发展，直播带货最后真正受益的早已不再是商家，而是主播们。

产业互联网：互联网的掘墓人

人。产业互联网正在摧毁形成于互联网的平台和中心

提及互联网，我们首先想到的是那些诞生于互联网时代的明星企业。如果我们对这些明星企业做一个总结的话，它们都是一个又一个的平台和中心。如果一定要找到它们之间的区别的话，只不过是一些平台和中心是庞大的，一些平台和中心是微缩版的而已。这才是互联网时代真正留下来的东西，这才是互联网时代的精髓所在。

产业互联网正在告别互联网式的技术与模式

这是一个新技术不断萌芽，不断发展，不断成熟的时代。在这样一个时代背景下，我们看到的是越来越多的新技术与外部的产业之间产生深度联系。同时，我们又将这样一个时代称为产业变革的时代，我们看到的是越来越多的产业开始发生越来越多的变革。如果一定要找到造就这样一种变革的内在驱动力的话，新技术或许是当仁不让的那一个。

笔者认为，新技术是产业互联网真正区别于互联网的本质内涵所在。以新技术的视角在落地和实践产业互联网，才能真正把产业互联网引向深入。在这个过程中，我们首先要做的就是告别互联网式的技术和模式，而不仅仅只是一味地依赖互联网，一味地推崇互联网。同时，我们还应当厘清互联网在产业互联网时代应当扮演的角色和定位，特别是厘清互联网与新技术之间的关系。当互联网与新技术之间的关系理顺了，当互联网与新技术之间的作用弄清了，产业互联网才能真正进入到有别于互联网的新时代。

当产业互联网的发展路径变得越来越清晰，当产业互联网的脉络开始被理顺，我们将会越来越多地看到它与互联网之间关系和角色的重塑。我们不妨可以大胆地想象，当产业互联网彻底告别对于互联网的依赖，当产业互联网彻底理顺与互联网之间的关系，所谓的产业互联网将不再是“产业”与

如果直播带货的最终受益者，变成了主播们，而不是消费者和商家，那么，直播带货其实早就已经背离了它本就应该具备的功能和意义。在这样一种情势与背景之下，直播带货的调整和洗牌，同样就变成了一种必然。

那么，如何才能让直播带货回归它应当具备的功能和属性呢？规范主播的行为，成为一种必然和趋势。正是在这样一种情况下，我们看到的是，有关直播带货的偷税漏税的监管为代表的现象的出现。对于主播们偷税漏税的调查，可以让他们的收入更加规范，可以避免天价坑位费和抽佣费的生产，可以让直播带货真正回归应有的功能和作用。

试想一下，当主播们的天价坑位费和抽佣费被监管，他们将无法再通过这个方面来盈利，转而他们会把更多的关注点，转移到如何给消费者带来更多的实惠，如何给商家带来更多的销量上。这个时候，直播带货才能告别以资本为主导的发展模式，转而成为真正服务商家，服务消费者的初心与使命上。

以坑位费和抽佣为主导的直播带货的盈利模式，最终注定了薇娅必然会陷入到以资本为主导的终极追求里。这种背离了直播带货的初心和使命的做法，带来的只会是直播带货偏离正常的发展轨道，长此以往，直播带货将不再是一个为商家和消费者带来福利的存在，而是变成了一个把商家和消费者当成收割对象的存在，这种必然，注定了身处其中的薇娅依然会被监管，必然会被重塑。

薇娅的宿命折射出来的是电商的宿命

如果分析直播带货的内在逻辑，我们会发现，其实所谓的直播带货与电商的内在逻辑是一致的。我们都知道，电商是通过撮合和中介商家与消费者来实现盈利的。我们看到的诞生于互联网时代的几乎所有的平台型公司，几乎都遵循着这样一种发展逻辑。在这样一种发展逻辑的驱使之下，平台型公司为了获得足够多的利润，必然需要不断地做大自身的平台，不断地做大流量，才能实现更多的撮合和中介。

对于直播带货，同样如此。我们看到那么多的头部主播之所以能够获得如此多的

抽佣，之所以开出如此高额的坑位费，其中一个很重要的原因在于他们手中拥有了庞大的流量，直播仅仅只是他们撮合和中介的一种方式手段而已。若要获得盈利，他们必然需要撮合商家和消费者达成交易，才能实现盈利。

通过以上的分析，我们可以非常明显地看出，直播带货的内在逻辑与电商的内在逻辑，其实是一致的。它们做的都是撮合和撮合的生意，它们做的都是平台，它们都是以商家和消费者为收割对象的。然而，我们同样要看到的是，电商和直播带货的这样一种发展模式是建立了庞大的流量和平台基础之上的，缺少了这一点，它们是无论如何都无法获得增长的。于是，为了获得流量，我们看到的是越来越多的电商平台开始搭建生态，越来越多的主播们开始搭建直播团队。从本质上来看，他们这样做的一个目的，就是为了能够获得足够多的流量，然后，可以继续对这些流量进行收割。

然而，我们同样看到的是，流量红利并不是无限的，而电商行业因资本和流量的驱动所表现出来的问题和弊端已经越来越多地开始出现。资本的无序扩张、平台之间的恶性竞争，业已成为制约行业良性发展的「绊脚石」，正是在这样一种情况下，我们才看到了有关规范平台型公司发展的政策措施的出现。

当电商行业开始受到监管和规范之后，与电商一脉相承的直播带货，自然难以逃脱被规范的宿命。可以说，直播带货的规范，是电商行业规范的延续。当电商行业的发展开始被规范，越来越多的电商平台开始转型升级的时候，薇娅们被规范，薇娅们的转型，同样成为了一种必然和宿命。

每一个人都有每一个人的宿命，薇娅也不例外。可以说，自从薇娅步入直播带货行业的第一天开始，就注定了她会因直播带货的兴衰而进退。因此，我们在看待薇娅的问题上，需要将其放置于直播带货行业，甚至是更大范围的电商行业上来看待。只有这样，我们才能更加清晰地明白薇娅的宿命的内在逻辑，我们才能真正看清究竟是什么导致了薇娅的今天。以此为开端，我们才能对薇娅的未来，对直播带货的未来，有一个更加清晰而又全面的认识。

要方面。我们都知道，在互联网时代，产业本身是没有任何改变的，玩家们所做的仅仅只是利用去中间化的方式，解决了产品和用户之间的对接效率的问题。很显然，对于互联网来讲，这样一种发展模式必然会遭遇瓶颈，特别是在去中间化的方式无法再提升效率的情况下，这样一种发展状态会更加明显。

当产业互联网时代来临，我们将会看到一场完全有别于互联网时代的这样一种去中间化式的全新发展模式的来临。对于行业效率的提升，对于用户需求的满足，不再仅仅是简单地依靠去中间化来实现的，而是更多地依靠产业的变革来实现的。这其实是对互联网式的发展模式的一次校正，正是有了这样一种校正之后，产业与互联网的发展才能真正进入到良性发展的阶段。

当产业上下游的对接不再是依靠互联网平台的撮合和对接，当产业供求两端的结合不再是依靠互联网技术的支撑，互联网式的发展矛盾和问题才算是得到了解决。这才是产业互联网真正应该去做的，这才是产业互联网真正应该去付诸努力的。如果我们仅仅只是一味地把产业互联网看成是一种互联网的发展的极致，甚至用所谓的S2B的商业模式来满足自身做大互联网平台的野心，那么，所谓的产业互联网始终无法发挥出它应有的功能和作用。校正互联网的矛盾和问题，才能真正让产业互联网承担起应有的功能和角色，才能让产业互联网真正进入到自身的发展周期里。

仅仅只是以互联网的逻辑和思维来落地和实践产业互联网的做法，是不合时宜的，它只会把产业互联网的发展带入到死胡同里。尽管产业互联网有“互联网”的字眼，但是，笔者更多地愿意将它看成是互联网的掘墓人。产业互联网，是一次对于互联网的重塑和再造，是一次对于互联网的校正和重整。以此为开端，产业互联网才能真正跳出互联网式的发展怪圈，真正进入到一个全新的发展周期里。

当产业互联网的发展变得深入，互联网在其中所发挥的作用便越来越清晰。无论是有关产业互联网的模式，还是有关产业互联网的商业实践，我们都可以非常明显地感觉到，产业互联网正在越来越多地撇清与互联网之间的关系。所谓的“撇清关系”，更为确切地说，就是要告别对互联网的依赖，以全新的视角和全新的方法来落地和实践它。

的确，随着人们对于互联网认识的逐渐深入与完善，互联网本身的矛盾和弊端开始越来越多地呈现在人们面前。特别是在互联网进入到野蛮生长的阶段之后，以资本和流量为主导，以平台撮合和中介为代表的商业模式开始暴露出来越来越多的矛盾和弊端。这不仅是产业互联网萌芽的土壤，而且还是产业互联网发展的指明灯。它告诉我们，依然沿着互联网式的道路来落地和实践产业互联网，必然会将产业互联网的发展带入到死胡同里。

或许，从诞生的第一天开始，产业互联网就注定了它必然要与互联网相决别的宿命。尽管如此，产业互联网彻底撇清与互联网之间的关系还是花费了相当长的时间和经历的，所以，正是在今天这样的大背景下，产业互联网才开始彻底撇清与互联网之间的关系，并且真正按照自己的步伐前进。笔者认为，与互联网说再见，以产业互联网的方式和方法来落地和实践它，才是真正确保产业互联网真正进入到新周期的关键所在。

总的来讲，产业互联网，互联网的掘墓人。

对于大多数人来讲，所谓的产业互联网，是互联网后时代的产物。于是，他们在看待产业互联网的时候，通常是将其看成是互联网的继承者的。同时，从产业互联网的玩家的特征来看，他们其中的很多人都是出身于互联网。产业互联网与互联网之间的诸多联系，最终给人造就了一种错觉，即，产业互联网与互联网之间是有着密切联系的事实。这完全是对产业互联网不是后果，如果你真的了解产业互联网，你会发现，所谓的产业互联网，其实是互联网的掘墓