

# 华为已度过至暗时刻

华为正在用过去一年的成绩向外界诠释着它的韧劲。事实证明,所谓的制裁并未压垮华为,甚至在某种程度上还成为了华为再度启程的「引擎」。华为的财报,为我们清晰地证明了这一点。据华为最新发布的财报显示,2021年,华为经营稳健,实现全球销售收入6368亿元人民币,净利润1137亿元人民币,同比增长75.9%。不得不说,在经济大环境极其不确定的大背景下,华为能够取得如此的成绩,还是值得称赞的。

华为为财报让人眼前一亮的另外一则消息,更加引起了我的注意。这则消息显示,华为成为2022年全球最有价值电子电器品牌第三位,品牌估值712亿美元,位居苹果和三星之后。

如果要为以上两则消息找到内在原由的话,我想,华为持续不断地在研发上的投入,才是保证其利润与品牌价值共同发展的关键所在。据有关消息显示,华为的研发投入连续五年入选全球前10,成为唯一一家连续入选的中国公司。值得注意的是,2021年,华为的研发投入1427亿元,位列全球第二位。

种种迹象表明,华为正在度过所谓的至暗时刻,正在迎来黎明前的曙光。对于华为来讲,这是一件值得欣慰的事情,但是,它同样昭示着的是,华为正在开启一场全新的发展。可以预见的是,未来随着华为的韧性逐渐显现,我们还将会看到它给我们带来更多的惊喜。

不得不说的是,制裁给华为带来的影响是相当深远的。但是,当所谓的制裁给华为关上了一扇门的同时,我们又看到了华为正在打开一扇窗,并且透过这扇窗,阳光正洒进来。芯片的断供,的确让华为的手机业务遭受了困难和挑战,但是,这同样让华为在寒冬期,开始储备更多的能量,以为未来春来的来临积蓄能量。

透过华为的财报,我们可以看出一丝端倪。

根据华为的财报显示,2021年,华为研发投入达到1427亿元人民币,占全年收入的22.4%,十年累计投入的研发投入超过8450亿元人民币。在我看来,华为在研发上的持续投入,正是在寒冬期积蓄能量,不断开启华为增长的第二条曲线。

当华为的手机业务受到芯片断供的影响,开始出现萎缩的时候,我们看到的是,华为开始从新的方向着手,以填补手机业务的萎缩带来的衰退。无论是华为在煤炭、制造业、医疗等领域的5G的应用,还是华为对于造车的支持,我们都可以看出,华为正在用新的业务来填补手机业务的缺失而留下的空白。

事实证明,华为抵抗住了这一挑战,并且在手机之外的新业务里找到了新的发展突破口。随着华为发展的新窗口逐渐打开,我们可以确信,未来华为将会迎来更多新的发展,不断为我们带来惊喜。在我看来,华为在造车、5G、华为云等诸多方面的业务的铺展,将会为我们开启新的想象空间。

尽管华为度过了至暗时刻,但是,我们同样要看到的是,华为距离真正意义上的春天,尚且存在一定的距离。可以预见的是,2022年,华为依然还是将会保持稳健的发展状态,持续寻找新的发展突破口。

正如华为轮值董事长郭平所说的那样,我们面临的问题还没有解决,2022年华为还要继续求生存,谋发展。同时,华为副董事长、CFO孟晚舟称,华为主营业务「造血」能力在增强,应对不确定性的能力在提升。

何为「造血」能力?按照我的理解,就是华为基于长期以来的研发投入,不断激活内生动能的过程。如果我们将华为的手机业务看成是「硬件」业务的话,那么,我更多地愿意将华为未来一段时间的「造血」能力归结为「软件」业务,即通过不断地给相关产业的深度赋能来寻找新的发展突破口。

乍一看,这与我们时下经常提到的产业

互联网会有几分相似之处。没错,现在以阿里巴巴、腾讯、京东、拼多多为代表的互联网公司都在布局产业互联网,都在寻找自身与实体经济、实体产业的结合方式和方法。然而,同这些互联网公司不同的是,华为所做的会更加基础,更加深入,特别是它在5G上的优势,将会越来越多地展现出它服务实体,赋能实体上的韧性。

我想,这才是「造血」能力的真正内涵所在。如果我们将互联网公司对于实体经济、实体产业的赋能看成是对一座老旧的房屋进行修葺和装修的话,那么,华为要做的是为老旧的房屋重新打地基,重新做结构。简单来讲,华为对于实体经济、实体产业的赋能会更加基础,更加深度。

然而,这是需要一定的时间积累和沉淀的。它并不会像手机业务那样,可以快速发展,快速呈现几何级数的增长。但是,等到打好地基,做好框架之后,它所呈现出来的发展潜能,丝毫不比现在的手机业务差,丝毫不比现在的手机业务带来的想象空间小。

透过华为的财报,我们同样可以看出这样一种发展端倪。根据华为发布的财报显示,消费者业务销售收入为2434亿元人民币,同比下降49.6%,运营商业务销售收入为2815亿元人民币,同比下降7.0%,企业业务销售收入为10124亿元人民币,同比增长2.1%。在三大业务当中,唯独出现增长的企业业务,才是值得我们去关注的地方。从某种意义上讲,企业业务将会是华为真正开启新发展的关键所在。

在我看来,华为的消费者业务之所以会下降,除了与制裁有关之外,更多地是与流量红利的见顶,特别是手机的普及有着莫大的关系。这种情况并不仅仅只是发生在华为身上,苹果、小米、VIVO等其他手机品牌都开始遭遇这样的情况和问题。

这是我们看到很多手机制造商开始将关注的焦点从手机业务,开始转移到造车

业务上的原因所在。可以预见的是,未来随着汽车功能的逐渐丰富以及各种智能穿戴设备的普及,手机被取代将会成为一种潮流和趋势。

同以手机为主导的消费者业务的下跌不同,我们看到的是企业业务的增长。所谓的企业业务,其实就是赋能实体,赋能产业的业务。相对于消费市场的一片红海,企业端则是一片蓝海,并且在这样一个蓝海里,它所具备的发展潜能,丝毫不比消费者业务少。

对于华为来讲,企业业务,才是保证它可以穿越黑暗时刻,迎来真正意义上的春天的关键所在。同其他玩家不同的是,华为在这个方面是具有相当独特的优势的。除了我们熟知的5G之外,我认为,更多地是华为在云计算、大数据等方面的前瞻性布局。而这些前瞻性的布局,从根本上来看都是与企业业务有着很大的联系的。

这是我们在看到在诸多手机制造商都在布局造车的时候,华为依然宣布不造车,而是做造车的支持者的原因所在。在我看来,华为之所以不造车,其中一个很重要的原因就在于,所谓的造车依然是属于制造业的范畴,它的内在逻辑和手机是一样的。

尽管如果华为造车可以弥补手机业务上的短板,但是,从更加长远的角度来看,做好造车业务的生态赋能,助力更多的企业,更好地造车,要比造车本身具备更多的想象力。我认为,这才是华为真正可以穿越至暗时刻,迎来真正意义上的发展和繁荣的关键所在。

透过华为的财报,我们可以非常明显地感觉到,华为业已度过真正意义上的至暗时刻。但是,纵然是在这样的情况下,求生存,谋发展,依然是华为的主题。可以预见的是,随着华为在新业务上的布局不断展开,特别是这些新业务的「造血」能力的不断增加,华为将会真正穿越至暗时刻,迎来名符其实的春天。

## 互联网的「第二次革命」



当下正在发生的这样一场全新的变革,完全可以看作是互联网的「第二次革命」。如果我们将互联网行业的「第一次革命」看成是一场互联网与实体经济有关流量和资本的争夺战的话,那么,互联网行业的「第二次革命」,更多地像是一个拥抱实体,拥抱产业的过程。同「第一次革命」时期,互联网玩家们需要庞大的规模来确立自身的优势地位不同,在「第二次革命」阶段,互联网玩家们并不需要太多的人员,太大的规模,它们更多地需要的是一种纵向上的深度介入。

我们现在看到的席卷整个互联网行业的裁员潮,正是这种现象的直接体现。可以预见的是,这样一场以「瘦身」为主导的规模缩减依然还会持续,直到互联网行业的发展真正摆脱上一个时期的发展模式为止。事实上,规模上的缩减仅仅只是一个表象而已,其更深层次的原因在于,互联网玩家们开始更多地关注的焦点聚焦在了实体经济,聚焦在了基础科学,更多地聚焦在了产业本身。

如果我们将互联网行业的「第一次革命」看成是一种外向性的战略扩张的话,那么,互联网行业的「第二次革命」更多地像是一场内向性的自我革命,自我解剖。如果我们将互联网行业的「第一次革命」看成是造就了线上和线下两种完全不同的经济形态的话,那么,互联网行业的「第二次革命」则可以造就一个线上和线下深度融合的全新的经济形态。

透过头部互联网玩家们战略方向的

转移,我们可以非常清晰地这一点。腾讯开始做助力实体经济的事,拼多多开始持续深耕农业,美团则是变成了「美好生活的小帮手」……种种迹象表明,互联网行业正在放弃与实体经济水火不容的发展模式,转而去选择自身与实体经济结合的正确的方式和方法。之所以会出现这样的发展新模式,我认为主要是与互联网行业的发展走向深入以及互联网行业从传统土壤开始枯萎有着莫大的联系。

从互联网行业的影响深度的层面来看,现在的互联网早已不再具备信息撮合和中介的优势,人们生产和生活方式的彻底转移,正在让互联网的这一特质优势不再。同时,互联网技术同样演化出了诸多的新技术,大数据、云计算、区块链、人工智能等新技术,无一不与互联网有着千丝万缕的联系。

可以非常明显地看出,无论是互联网对于人们的生产和生活的改变,抑或是互联网技术的不断演进和进化,我们都可以非常明显地感受到,它的影响力正在从早期的浅显、表层,开始转向深入和全面的。在这样一个大背景下,我们再去借助以往的发展模式,再去借助以往的思路,显然是无法获得快速的发展的。告别传统意义上的平台和中心的模式,转而去寻找一种去中心化的发展新模式,才是保证互联网行业的发展可以获得新的突破的关键所在。

从互联网的土壤开始枯萎的层面来看,一直以来,互联网行业之所以会获得如此快

速的发展,资本和流量以及衍生于它们的诸多因素在其中扮演着相当重要的功能和作用。可以说,互联网行业的崛起和兴盛,并不是因为互联网本身多么地具有颠覆性,而是说,资本和流量的红利成就了互联网行业。

经历了PC时代和移动互联网时代的联合洗礼之后,我们看到的是一场全新的嬗变正在上演。在这个过程中,流量见顶,资本退潮,曾经助推互联网行业发展的「天时」早已不再。在这样一个阶段,如果我们依然按照传统的互联网模式来发展,必然会陷入到新的困境之中。

以上两个方面的原因,最终导致了互联网行业必然需要转型,必然需要告别传统意义上的发展模式。

那么,互联网的「二次革命」的新蓝海在哪呢?我认为,告别以往的二元分离的发展模式,转而去寻找互联网与实体经济结合的方式和方法,从而为互联网行业的发展继续汲取营养,才是互联网的「二次革命」的蓝海所在。

首先,互联网需要寻找新的「营养基」。任何一种技术,欲要发展处它的最大的功能和作用,必然需要找到「营养基」才行。互联网行业,同样如此。如果我们将互联网行业的「第一次革命」期的「营养基」看成是资本和流量的话,那么,互联网行业的「第二次革命」的「营养基」则是实体经济和实体产业。

值得注意的是,在这样一个全新的阶段,互联网与实体经济、实体产业的结合并不能够像「一次革命」期那样,仅仅只是依靠平台和中心的方式来实现,而是需要真正找到与实体经济、实体产业深度融合的方式和方法。简单来讲,在互联网行业的「二次革命」期间,传统意义上的平台和中心将不复存在,经典意义上的互联网公司同样也是不复存在的。通过回归实体,回归产业,为互联网行业的发展找到新的「营养基」,才是保证它可以持续发展的关键所在。

其次,互联网需要找到新的商业模式。在「第一次革命」阶段,我们都知道,几乎所有的互联网玩家的商业模式,基本上都是依靠撮合和中介的方式来实现的。因此,如果这一阶段的互联网式的商业模式做一次总结的话,撮合和中介,无疑是再恰当不过的了。

等到了新的发展阶段,互联网需要告别这样一种以撮合和中介为主导的发展模式,转而去寻找一种深度赋能和改造的新型商业模式。同以往的撮合和中介不同,在这样一个新阶段,我们需要互联网玩家们真正深入到实体经济、实体产业的实际运作过程中,通过真正给实体经济和实体产业带来真正意义上的改变来获得盈利。如果对这样一个阶段的商业模式做一个总结的话,赋能和改造,无疑是再恰当不过的了。

再次,互联网需要衍生出新形态。正如上文所说的那样,现在的互联网,早已不再是我们所理解的那样。我们现在所看到的诸多新技术,几乎都可以找到与互联网之间的联系。因此,与其我们说这些新技术是新技术,倒不如说,它们都是互联网的衍生体,都是互联网的新形态。

可以预见的是,未来随着互联网发展的持续深入,特别是随着互联网技术与其他新技术类型的不断深入融合,我们还将会看到它衍生出来更多新的技术类型,这些新的技术类型将会取代传统意义上的互联网形态,成为新的互联网的代名词。可能它们的名字会有所改变,但是,它们与互联网技术之间的联系则是必然的。

复次,互联网需要新的产品、服务和体验。无论是以上的哪种改变,如果没有新的产品、服务和体验的出现,所谓的互联网行业的变革都是不彻底的,都是不完整的。以元宇宙、web3.0为代表的诸多新概念的出现,告诉我们,互联网的「第二次革命」必然是以新的产品、新的服务和新的体验为终极目的地的。

如果对新的产品、服务和体验做一个总结的话,我认为,虚实结合,数实融合将会是主要特征。未来,我们无论是购买产品,享受服务,抑或是感受体验,都需要以虚实融合,数实融合作为注脚。当互联网行业出现了新的产品、新的服务和新的体验,它的「第二次革命」才算是真正实现。

同很多人将互联网行业正在发生的这样一场深度变革看成是互联网时代的落幕不同,我更加愿意将这样一个过程看成是互联网行业的「第二次革命」。经历了这样一个阶段的洗礼之后,互联网行业才能有新的进化,才能获得新的发展可能性,才能真正跳出传统意义上的发展新模式。