

# 小米的下一个12年



在中国人的语境里,12是一个比较特殊的数字。对于小米来讲,12,同样是一个特殊的数字。如果我们把过去的12年看成是小米的崛起之年的话,那么,下一个12年,对于小米来讲,则是一个全新的年代。乘着互联网的东风,小米用了12年的时间,完成了从诞生到站稳的壮举,下一个12年,对于小米来讲,更多的代表的是一种全新的出发。

如果一定要给上一个12年的小米做一个总结的话,我想,互联网、手机,或许是两个无法绕开的词汇。用互联网的思维做手机,用手机诠释互联网,小米用自己的实际行动为我们完美演绎了这一点。同样地,市场给把握了风口的小米以回报,使得小米成为了手机行业是中年都不可绕过的话题。正如雷军所说的那样,风口之上,猪都可以飞起来。

当互联网的风口不再,越来越多的玩家开始将发展的目光聚焦在新的领域里。以阿里、腾讯为代表的互联网玩家开始将更多目光从打造平台,转移到了赋能实体的身上,以OPPO、VIVO为代表的手机制造商们则是将目光从造手机转移到了造车为代表的新领域里。无论是在互联网领域,抑或是在手机领域,一场全新的嬗变正在上演。对于始终都绕不开互联网和手机这两个关键词的小米来讲,同样正在面临着一次全新的转型。

事实上,早在小米迈入第12年头之前,它就已经开始了转型和升级。无论是开始对标苹果,抑或是开始布局造车,我们都可以看到小米正在开启全新的征程。站在小米12年的关口,我们再来看小米,再来审视小米,或许能够想到有关它的下一个12年的发展新脉络。

12年,小米正站在转型的关口

我认为,对于小米来讲,12岁的它,正站在一个转型的关口。这场转型的好坏,不仅关系到小米过去12年发展成果的承继,甚至还决定着它在未来的商业世界里的地位。所以,在这样一个时刻,我们应当更多地去思考小米正在面临的的东西,以便可以为它找到未来发展的破局之道。

手机业务面临转型。我们都知道,一直以来,小米都是主打平民化的风格。从本质上来讲,小米所主打的平民化的风格,其实是有着非常浓厚的互联网思维和逻辑的。所谓的平民化,背后代表的就是丰沛的流量以及智能手机普及的大趋势。经历了12年的发展之后,以流量为主要驱动力的发展模式开始面临天花板,流量开始不再是一种红利,而是变成了一种负担。

对于小米来讲,如何在流量见顶的时候,寻找新的发展突破口,成为它必然要面临的一个重要的转型。在这个过程中,我们看到了小米开始逐渐从平民化朝着高端化迈进,并且开始正式对标苹果。对于小米来讲,这样一种转型是相当及时的,同样也是必须的。

不可否认的是,小米从平民化转向高端化,的确可以为它的发展打开第二曲线。但是,如果仅仅只是一味地走高端化的道路还不够,我认为,小米手机业务的转型,还需要更多地看到的是,手机作为一种媒介的发展潮流和趋势。在很多时候,高端化的转型,仅仅只是以手机业务为原点开启的一次局限于手机业务本身的转型,这样的转型依然还受困于手机的大背景。事实上,手机业务的转型更多地要看到手机被替代的角度来思考,以这样的角度来应对手机业务的转型,或许才是小米真正应该去思考的。庆幸的是,我们看到了小米开始宣布造车,以此为开端,我们或许可以看到更多有关手

机业务转型的大手笔的操作。

互联网的打法面临转型。正如上文所讲的那样,手机和互联网始终都是小米始终都无法绕过的词汇。因此,我们在探讨小米转型的问题上,同样需要从互联网的角度来思考和看待。笔者认为,小米面临的转型的第二个方面是,互联网打法的转型。

复盘小米12年的发展,互联网式的打法,主要有两个方面。第一个方面是,互联网式的营销打法;第二个方面是,互联网式的技术打法。借助互联网式的营销打法,小米实现了自身销售渠道的线上拓展以及线下渠道的不断铺开。从某种意义上讲,小米将互联网式的营销打法运用到了极致,而小米的掌舵人雷军成为了名符其实的网络红人。从本质上来讲,这同样是互联网式营销的一种类型。

除了互联网式的营销之外,我们还看到的是,小米对于互联网技术的应用。无论是小米生态的建设,还是小米手机的技术,其实我们都可以看出有非常明显的互联网的痕迹。借助互联网技术,小米手机的确获得了飞速发展,并且真正享受到了互联网的实惠,成为了手机领域不可绕过的话题。

当互联网的风口不再,我们看到的是,无论是互联网的营销,还是互联网技术,正在发生一场深度的转型和升级。对于小米这样一个与互联网有着非常深厚联系的公司来讲,如何应对互联网的转型,特别是找到新的发展方式与小米结合的正确方式和方法,或许是摆在小米下一个12年真正需要思考和关注的话题。

如果我们将「发展」看成是上一个12年的小米的主题词的话,那么,下一个12年,对于小米来讲,则是一场转型和升级。「转型」将会取代「发展」成为小米新的主题词。对于小米来讲,找到「转型」时期的正确的方式和方法,特别是找到与小米匹配的新风口,或许是一个值得关注和思考的重要方面。

下一个12年,小米将如何转型?

当互联网时代渐行渐远,身处其中的小米其实早就感受到了,并且开始了有关转型的探索。无论是小米的高端之路,抑或是小米在造车上的深度布局,我们都可以看出,小米正在开始寻找转型和升级之道。那么,下一个12年,小米将会如何转型呢?我认为,主要分为如下几个方面。

小米生态的发力。一直以来,小米都在试图打造一个生态系统。在这样一个体系里,我们生活当中的方方面面都可以有相关的小米产品来实现。尽管外界对小米的生态一直都在怀疑态度,但是,我认为,小米生态将会随着布局的逐渐成熟,特别是随着物联网时代的真正来临开始发挥出越来越多的作用。

因此,如果我们要寻找小米转型之道的話,持续地布局生态,并且不断打破各个产

品之间的界限,真正将小米生态下的产品串联起来,发生化学反应,或许,才是开启小米新的想象空间的钥匙。下一个12年,小米更多地需要做的是,从生态的布局,转移到生态的化学反应上,真正让小米生态发挥出更多的功能和作用,而不仅仅只是停留在产品的层面上,才是摆在小米面临亟待解决的重要问题。

当数字技术的不断深入,特别是当不同的产品之间的壁垒被打破,我们将会越来越多地看到小米生态在其中发挥出越来越多的功能和作用。从产品生态到商业生态的转型,并且让小米的生态真正变成一个可以实现更多盈利的地方,或许才是摆在小米面前的重要课题。

造车的突破。智能手机将被取代,这种趋势将会在未来变得越来越清晰。对于任何一家智能手机制造商来讲,造车,无疑是填补造手机空白的重要方式和方法。这是我们看到那么多的手机制造商之所以会布局造车的根本原因所在。对于小米来讲,如果一定要寻找下一个12年的转型之路的话,造车上的突破和创新,无疑是一个主要方面。

我认为,造车领域将会在未来发生一场洗牌。对于小米来讲,如何避免在这样一场洗牌里存活下来,并且成为造车领域的幸存者,甚至在未来的造车领域里占有一席之地,成为它必然需要思考的重要问题。这就需要小米在造车领域有所突破和创新,不能像现在的玩家们那样,靠资本的漫灌,靠野蛮的扩张来行事,而是需要找到一条真正符合小米,又符合造车行业发展规律的方式和方法。只有这样,小米才能在下一个12年,获得转型的胜利。

商业模式的突破。当下我们正在经历一场前所未有的转型和升级,在这个过程中,传统意义上的互联网式的商业模式开始遭遇越来越多的困境和挑战,对于任何一个企业来讲,应当把改变传统的商业模式作为关键点来看待。对于小米来讲,同样如此。

无论是怎样的商业模式,回归实体,回归产业的大方向是不变的。无论是做产业互联网,抑或是造车,说到底,其实都是要回归产业,回归实体的。对于小米来讲,如何找到商业模式的转型升级的正确方式和方法,并且在新的商业模式里实现突破,才是保证其下一个12年可以继续发展的关键所在。

12,对于小米来讲,其实是有着特别的意义的。这一点,我们可以从小米冲击高端之路以及布局造车的动作上看出一些端倪。对于小米来讲,这仅仅只是一个开始,未来,我们还会看到更多有关小米转型的动作出现。无论是那种转型方式,小米都将告别传统的互联网模式,都将告别以手机为主导的产品体系,从而真正进入到一个全新的以新产品和新模式为主导的新时代。



## 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

