

## 抖音终于要上市了

经历了漫长的等待之后，抖音还是要上市了。尽管时间有点晚，但是，抖音还是要上市了。事实上，按照传统的互联网公司的套路，一个行业能够出现两家上市公司，多多少少是有些不正常的。特别是在移动互联网时代成长起来的互联网公司，更是如此。这一点，我们可以从美团、滴滴等移动互联网企业的身上看出了一丝端倪。

或许，这也是抖音之所以会在快手上市很久之后，才会选择上市的根本原因。不过，抖音如何可以成功登陆港交所上市，同样向我们说明，作为一家短视频平台，抖音其实还是具有着令投资者青睐的内在潜质的。我认为，我们不应该用经典的互联网逻辑来看待抖音上市，而是应当在传统的互联网逻辑之外来寻找抖音上市的内在原因和意义。

作为一家短视频平台，抖音无论是在前年的发展上，还是在出海战略上，其实都是有可圈可点的地方的。深入分析抖音在现在这样一种情况下上市的内在原因，并且来透视短视频行业未来的发展逻辑，我们才能真正从抖音的上市里获得不一样的启示。

抖音上市并不仅仅只是短视频

如果我们仅仅只是站在短视频这样一个单一的行业类型来看待抖音上市，是无法完全窥探到抖音上市的内在逻辑的。在很多情况下，短视频仅仅只是抖音的一个外在的表现，仅仅只是一个载体，现在的抖音，早已不再是单纯意义上的短视频平台，而是成为了一个涵盖了短视频、电商等诸多行业门类的综合性的平台。

因此，抖音上市并不仅仅只是是一家短视频平台的上市，而是更多地代表的是一种全新的商业类型的上市。这才是抖音之所以能够在竞争对手快手已登陆港交所的情况下，依然会选择在港交所上市的根本原因所在。简单来讲，抖音和快手之间还是有着本质的区别的，正是因为如此，抖音和快手才可以在同一家交易所上市。

这一点，我们同样可以在电商行业当中看出一些端倪。我们都知道，阿里巴巴、京东和拼多多都属于电商平台，但是，它们同样可以在同一家交易所上市。如果深度分析其中的原因，我想，三者之间的差异性，才是导致它们可以在同一家交易所上市的根本原因所在。因此，我们在看到抖音上市的问题上，并不能够仅仅只是简单地将其归结为一家短视频平

台上市，而是应当将都上市看成是一种超越于短视频平台范畴的存在。

抖音上市并不仅仅只是互联网

不可否认的是，抖音诞生于互联网时代，成长于互联网时代。它的身上同样有很深的互联网的痕迹。然而，我们并不能够仅仅只是因为如此就将抖音的上市看成是一种经典意义上的互联网公司的上市，而是需要站在互联网之外的更多的维度来重新审视和看待抖音上市。

笔者认为，抖音上市更多地折射出来的是，互联网行业正在发生的新变化，特别是在流量见顶的大背景下，互联网玩家在探索自身发展的方式上的一些新探索。相对于仅仅只是将抖音上市看成是一个互联网范畴下的存在，我更加愿意将抖音的上市看成是一次互联网的新进化。

按照经典的互联网模式，几乎所有的互联网企业都应当是以流量的获取和资本的助力为主导的，它达成的是一种规模和效率双向互动的发展效果。然而，我们更多地看到的是抖音在流量见顶的大背景下所探索的一些流量之外的全新的模式。无论是对于供应链的介入，抑或是是在内容上的探索，甚至是在留量运营上的实践，我们都可以非常明显地看到，抖音已经开始跳出经典意义上的互联网模式，开始探索和实践互联网之外的新模式。

如果对这个新模式做一个总结的话，笔者更加愿意将抖音探索的这样一种新模式看成是一种寻找互联网与行业，与产业深度融合的新模式。这其实是符合互联网回归产业，回归实体的发展大趋势的。因此，我们并不能够仅仅只是以经典的互联网思维，互联网模式来看待抖音上市，而是应当站在互联网之外的角度，特别是站在互联网回归产业的角度来看待抖音上市。

抖音上市并不仅仅只是资本

很显然，抖音之所以会选择上市，其实它的内在的发展逻辑依然是互联网式的资本运行逻辑。之所以会遵循这样一种逻辑，主要是由于抖音诞生于互联网时代有关。然而，我们同样要看到的是，抖音上市并不仅仅只是因为资本本身，而是更多地在寻求一种资本之外的全新的发展方式。

相对于单纯地将抖音上市看成是一种资本的运行方式，笔者更加原因将抖音上市看成是其想要借助资本的力量来探索一种全新的发展模式。因此，我们不能够用互联网时代的以资本为内在逻辑的方式来看待抖音上市这件事。



相对于单纯地将抖音上市看成是一种唯资本至上的存在，我更加愿意将抖音上市看成是抖音与传统互联网式的发展模式的一种告别，转而去探索一种自身与资本更加深度融合的方式和方法。这种全新的方式和方法，就是所谓的上市并不仅仅只是为了圈钱，而是寻找的是自身借助资本，获得新发展的可能性。

按照抖音当前的发展情况来看，它业已走出了资本退潮所带来的阴暗期，业已找到了资本之外的全新的发展方式和方法。因此，抖音在这样一个全新的发展阶段选择上市，更多地是想要找到一种全新的与资本结合的方式和方法，而不仅仅只是为了上市而上市，更不是为了资本而上市。

抖音上市并不仅仅只是字节

提及抖音上市，我们就不得不将它和字节跳动联系在一起。作为抖音的母体，字节跳动的未来走向同样引发了极大的关注。对此，我们看到的是，开始有越来越多的人将抖音上市和字节跳动联系在一起，甚至以抖音上市来揣测字节跳动的未来走向。

尽管将抖音上市与字节跳动联系在一起，有一定的合理之处。但是，我们同样要看到的，是抖音上市其实与字节跳动本身是没有太多的关联的。相对于单纯地将抖音上市看成是字节上市不同，我更加愿意将抖音上市看成是京东物流、京东健康上市的翻版。即它仅仅只是字节跳动大的

生态下的一个组成部分而已。抖音的上市，仅仅只是抖音本身而已，它与字节跳动的关系，仅仅只是它与字节跳动在业务上的关系而已，我们不能用抖音上市来揣测字节跳动的上市，更加不能用抖音上市来看待字节跳动的上市。

我认为，抖音上市仅仅只能说明字节跳动在探索短视频行业的商业模式上走出了一条正确的发展道路而已。未来，字节跳动想要上市还需要更多像抖音这样的子公司探索出更多适合它们的发展方式和方法。只有字节跳动生态体系下的诸多像抖音这样的子业务，找到了适合自己的商业模式，特别是找到了适合当下这样一个发展阶段的商业模式，才能成为字节跳动未来发展的注脚。相反，如果仅仅只是将抖音上市与字节跳动上市划等号，甚至以抖音上市来臆测字节跳动上市的做法，都是不恰当的。

抖音终于要上市了。这是笔者看到这则消息之后的第一反应。然而，透过抖音上市，笔者更多地想到的是，它作为一个短视频平台能够在这样的市场环境上下市，所展现出来的与其竞争对手的不同和独特性。正是因为如此，我们并不能够仅仅只用传统的眼光，传统的逻辑来看待抖音上市这件事，而是应当站在全新的角度来看待抖音上市本身。当我们在看到抖音上市的问题上跳出了抖音本身，跳出了互联网，跳出了资本，跳出了字节跳动的牵绊，才能真正看到抖音上市的内在逻辑。

## 苹果停产 iPod, 现在人们用什么听音乐?



曾几何时，人们对于MP3/4是趋之若鹜的，在公交、地铁上经常可以看到挂着耳机线的收听音乐的MP3/4爱好者。那时候如果能拥有一台苹果iPod，无疑是令人炫耀的一种身份彰显。毕竟是硬盘式的，是号称可以存上千首歌曲的。当然，除了苹果还有很多其他的MP3/4音乐品牌，比如铁三角、索尼、三星、艾利和、纽曼、爱国者等等。

其中苹果iPod的价格最贵，由于是硬盘模式的，因此也能装很多歌曲。再

后来，智能手机的出现，MP3/4就开始日渐凋零，直到最终慢慢地淡出市场的视线。人们基本已经用手机替代了MP3/4，虽然起初的时段，手机的音质等方面还是不如专门的MP3/4，不过，随着后续产品的不断迭代，智能手机的音质效果越来越出众，MP3/4的刚需也基本不在了。

人们在外出的时候，手机是刚需，在手机上可以实现的内容，基本都不会再附加别的物件了。甚至移动支付的出现，连钱包都可以不再携带；而手机模

拟门禁的出现，钥匙这种传统出行“三大件”也不用再携带了，当然，还有一个原因是智能门锁的流行。

喜欢音乐，喜欢听歌的人自然还是很多的，但这种需求通过智能手机都可以满足，MP3/4几乎是无用之地了。我们看到很多MP3厂商也都纷纷转型进而淡出这个市场。即使一些头部企业，也早已经不再倾注更多的关心了，产品几乎已经成为一种令人怀念性质的产物了。

近日，我们看到苹果公司也官宣将停产iPod。对于一代MP3的爱好者来说，这或许也是一个时代的终结，青春的结束。当苹果公司正式宣布iPod产品线停更的消息后，一度还冲上了热搜，因为这是一代人的记忆就此戛然而止了。

iPod在经历20年的变迁之后，正式退出历史舞台。伴随着很多人青春记忆的一种物件儿也就是成为历史的记忆。有人说，没有iPod或许就不会诞生iPhone，这种说法并非没有道理。如今就是因为苹果整个产品线的浓缩和整合，功能化的应用更加多元，因此不需要细分到专门为音乐爱好者单设一款硬件产品了。iPod的功能已经完全可以由iPhone、iPad和Mac等产品替代了。

事实上，iPod给苹果公司也带来了不菲的收益。从2001年销售至今，iPod在全球卖了大约4.5亿台。虽然比iPhone相去甚远，但是在MP3/4火爆的年代，这样的成绩还是非常傲人的。苹果iPod之父Tony Fadell表示，没有iPod，就没有iPhone和iPad。事实也是如此，早期的iPod凭借着惊艳的设计和外观，一经推出就深受用户的喜爱。而后来iPhone的出现也是如此。而且，早期的iPhone确实也有很多iPod的影子。

因为对音乐的追逐，造就了iPod的辉煌。苹果表示，从iPhone、Apple Watch、AirPods到HomePod mini、iPad和Mac，Apple的产品线集成了音乐体验。“音乐一直是苹果的一个核心部分，它将音乐带给数百万用户，就像iPod不仅影响了音乐产业一样——还重新定义了音乐是如何被发现、聆听和分享的。”其实，因为iPod已经没有什么销量了，一贯以追求利润最大化的苹果公司来说，割舍一些硬件产品也是其一直秉承的理念，因此iPod退出历史舞台也就再自然不过了。一代人的青春记忆，就这样画一个句号，也是顺其自然的。