

**DAVID ZHANG 冷暖空调**  
United Heating & A/C

**HVAC MASTER LICENSE**  
名牌空调安装维修  
代理 TRANE, BRYANT, LENNOX

两年 Labor 保证, 十年部件保证  
Licensed, Insured in MD, VA

电话: **571-970-8988**

**装修冷暖**  
专版



## 每日优鲜败局的启示

每日优鲜,还是倒下了。

曾经的每日优鲜是资本市场的宠儿,单单从它的融资进度上,我们就可以看出一些端倪。

现在的每日优鲜是资本市场的弃儿,单单从它的市场股价上,我们就可以看出一些端倪。

一「宠」一「弃」之间投射出来的是,资本市场正在发生着的深刻变化。由此蔓延开去,我们更多地看到的是,互联网市场正在发生着的潜移默化的变化。

作为互联网行业比较具有标志性意义的公司来讲,每日优鲜可以说走过了移动互联网的黄金期,又走到了社区团购的红利期。然而,正是这样一家企业,现在却深陷资金链断裂的泥潭。这不得不说是令人唏嘘的。

透过观察每日优鲜,我们无疑可以看出,当下市场正在发生着的变化。以此为开端,无论是对每日优鲜所处的生鲜和社区团购行业,抑或是更大范围的互联网行业,都是有非常明确的借鉴意义的。

那么,每日优鲜究竟犯下了怎样的错误呢?通过复盘它的遭遇,我们又可以得出怎样的借鉴呢?

在我看来,主要包含如下几个方面。

每日优鲜:成也资本,败也资本

资本市场的兴衰,直接关系到每日优鲜的兴衰。换句话说,每日优鲜的发展,并不是攥在自己手中的,而是攥在资本市场上的玩家们手中的。当一家企业的发展依靠资本来维持,而没有形成一套良性且可持续发展的商业模式的时候,纵然是再光鲜亮丽的发展,依然只不过是资本驱动下的昙花一现而已。说起来,多少是有些让人悲哀的。

然而,不可否认的是,资本在每日优鲜的发展过程当中扮演着重要的作用。从每日优鲜的诞生,到后来的多轮融资,再到后来的上市,可以说,正是资本的不断助力,才让每日优鲜从小到大,由弱变强,一步步走到了今天。然而,同样要看到的是,资本在每日优鲜的发展过程当中扮演的,并不是孵化与助力的作用,而是扮演的是决定性和主导性的角色和作用。

如果说,每日优鲜的发展壮大离不开资本的助力的话,那么,每日优鲜的败局,依然在于资本本身。因为每日优鲜对于资本太过依赖了,依赖到没有资本的助力,它的发展就会停滞。这是每日优鲜的发展始终与资本密切联系的根本原因,也是每日优鲜的每一步大的发展背后都有资本身影的关键原因。生于资本,长于资本,最终将每日优鲜变成了一个唯资本至上的存在。

当资本成为了每日优鲜发展过程当中的唯一决定性要素的时候,它的本身的发展似乎就已经出现了很大的漏洞和弊端。即,它的发展是由资本主导的,而不是由自我决定的。这种发展方式显然是难以以为继的。但凡是那些在互联网时代能够脱颖而出的优质企业,但凡是那些可以长久健康发展的企业,资本都不是唯一决定性要素。看看现在活得很好的互联网企业,哪一家不是厘清和资本之间关系的玩家呢?因此,在很多情况下,资本仅仅只是扮演的是助力和辅助的角色。资本与企业的发展是相辅相成的,而不是以资本为唯一决定性要素的。当每日优鲜将资本看成是唯一决定性的要素,或许,本身就已经走在了失败的道路上了。

每日优鲜:成也规模,败也规模

规模和效率为主导的商业模式,几乎是互联网时代的每一个玩家都推崇的。但凡是发展得好的玩家,无一不是将规模和效率为主导的商业模式发挥到极致的玩家。然而,以规模和效率为主导的商业模式,仅仅只是在流量和资本都充沛的大背景下有效,

一旦流量和资本的红利不再,以规模和效率为主导的商业模式,非但不是一种先进的商业模式,甚至还会成为一种负累。

这一点,在每日优鲜的身上,同样表现得淋漓尽致。

借助规模和效率为主导的商业模式,每日优鲜得以在如此多的竞争者们中脱颖而出,并且顺利上市。然而,当每日优鲜上市之后,它就应当放弃以规模和效率为主导的商业模式,转而去寻求规模和效率之外的新商业模式,以这样一种新商业模式来弥补自身的发展弊端。只有这样,每日优鲜才能获得健康、良性的发展。

不幸的是,每日优鲜并未意识到这一点,而是在延续以规模和效率为主导的商业模式。无论是对自身的商业模式的创新,亦或是对自身盈利模式的探索上,每日优鲜都没有摆脱以规模和效率为主导的发展模式,始终都将规模和效率为主导的发展模式奉若圭臬。在每日优鲜看来,它的这种发展模式是轻车熟路的。孰不知,这种轻车熟路的发展方式背后,正在暴露出越来越大的问题和弊端。

究其原因,它的这样一种发展模式,是与当下的行业背景和行业趋势相违背的。当下的行业背景是什么呢?无论是头部的互联网平台,抑或是新生的互联网玩家,几乎都将关注的焦点聚焦在了拥抱产业,深度绑定产业的发展轨道的。更为确切地说,玩家们更加关注的是,自我造血的能力,而非借助以资本和流量为主导的外力赋能的能力,自我造血远比外部输血更加重要。

当规模和效率为主导的商业模式不再有效,不再是潮流和趋势的时候,当每日优鲜却还在固执地依靠这种商业模式的时候,它本身或许就已经走在了失败的道路上了。正是因为如此,当我们复盘每日优鲜的败局的启示的时候,成也规模,败也规模,无疑是一个最值得关注的地方。

每日优鲜:成也互联网,败也互联网

分析每日优鲜的发展壮大以及它的历次融资进程,我们可以非常明显地看出,每日优鲜的发展,其实是伴随着移动互联网而潮涨潮落的。从某种意义上讲,移动互联网时代的来临,成就了每日优鲜。同样地,当移动互联网时代渐行渐远,每日优鲜同样开始走下神坛。

复盘每日优鲜的败局,我们可以非常明显地看出,每日优鲜成也互联网,败也互联网。每日优鲜诞生于移动互联网刚刚起步的2014年,在那个时候,移动互联网正在以一种前所未有的方式深入到我们生活的方方面面。并不仅仅只是生鲜领域,金融、出行、社交等诸多领域都在发生一场移动互联网式的深度变革。

而每日优鲜,正是诞生于这样一个大的时代背景下。

随着移动互联网的演进,我们看到的是,生于移动互联网萌芽期的每日优鲜一路高歌猛进,不仅获得了互联网巨头的资本支持,而且还受到了知名投资机构的青睐。从本质上来看,每日优鲜之所以会受到如此多的资本垂青,并不仅仅只是它的商业模式有多大的优势,而是因为那个时候的互联网行业是一个热门投资领域。

深度分析每日优鲜的败局,是非常有现实意义的。透过它,我们可以看出当下互联网行业乃至资本市场正在发生着的深刻变化。以此为开端,我们才能找到后互联网时代的新发展模式,我们才能实现互联网模式的新破局。当每日优鲜开始退场,我们真正需要关注的并非是退潮本身,而是更加关注退场背后更真实的现实意义。

当旧的「每日优鲜」开始退场,新的「每日优鲜」何尝不是正在登场呢?

## 产业互联网：互联网的第三次进化

互联网的第一次进化,是内容的互联网化,在这样一个发展阶段里,我们看到的是以搜狐、新浪、网易为代表的门户网站的崛起;互联网的第二次进化,是消费的互联网化,在这样一个发展阶段,我们看到的是以阿里、腾讯、美团、拼多多为代表的移动互联网巨头的兴起;互联网的第三次进化,是产业的互联网化,在这样一个阶段,我们将看到的是一个又一个产业的崛起。

值得注意的是,在这个阶段,互联网同样成为了产业的一种。

认识到这样一种大的发展脉络,我们才能对产业互联网有一个较为清晰且全面的认识。如果没有认识到这样一种大的发展脉络,而仅仅只是将产业互联网看成是一个互联网的延续,那么,我们是无论如何都无法抓住产业互联网的精髓和要害的。然而,若要认识到产业互联网的这一特征并非易事,正是因为如此,我们才会对产业互联网难以有一个相对较为清晰且全面的认识,最终导致了产业互联网难以有突破性发展。

在政府的引导下,在头部玩家们的探索下,产业互联网的路子,正变得愈发清晰。当产业互联网的发展路径越来越清晰,以往人们对于产业互联网的错误认识开始有所改观。以此为开端,产业互联网的发展,同样开始进入到了一个全新的发展阶段。如果我们将上个阶段的产业互联网看成是一个以概念为主导的发展年代的话,现在,产业互联网的发展,更像是一个以真实落地为主导的发展年代。在这样一个阶段,更加考验的是,我们对于产业互联网的正确认识,并且基于正确认识对产业互联网深度布局。只有这样,玩家们才不会在新的洗牌当中被淘汰。

互联网逐步从显性走向隐性

回顾互联网的每一次进化,我们可以非常明显地感受到,互联网正在一步步从显性走向隐性,直到产业互联网时代,互联网终将消失不再。然而,需要明确的是,互联网的第一次,第二次的进化,都是以互联网行业本身的发展壮大为终极目标的。我们看到的诸多的互联网企业都是在第一次,第二次的进化过程当中发展和壮大起来的。

当互联网企业不断发展壮大,特别是当互联网企业开始与我们的生产和生活产生了全面而又密切的联系之后,一场互联网行业的化有形为无形的发展,同样将会开启。由此开始,互联网将会逐步走向隐性,直到最终消失在产业发展的大潮之中。

可能有人会说,当互联网走向隐性,它将会不复存在。其实,当互联网开始走向隐性,并不是不再存在,而是以另外一种形式更加广泛地存在于我们的生产和生活当中。这里说的「隐性」更多地指代的是,互联网企业开始以新的形式,新的功能,新的属性存在于行业的方式方面,而不再是传统意义上的平台和中心这般明显。这不能不算作是一次全新的进化,而且这样一种全新的进化是以脱胎换骨为最终形态的。当这样一次全新的进化完成,我们所看到的经典意义上的互联网将不再存在,而是成为了一种全新的基础设施,并且以隐性的方式存在于更多的行业和场景当中。当这样一次全新的进化完成,互联网的表现形态,互联网的功能属性都将发生一场深刻而又全面的变革。

互联网逐步从对立走向融合

当互联网玩家们不断发展壮大,我们看到的是一场新的对立的产生。这样一场全新的对立是以互联网玩家们所代表的虚拟经济和以实体经济为代表的实体经济为主角的。在资本和流量红利的联合作用之下,我们看到的虚拟经济的强势崛起,实体经济的籍籍无名。如果对互联网的第一次进化和第二次进化进行一个总结的话,它其实是一个建构虚拟经济与实体经济深度对立的过程。

尽管站在互联网玩家们立场上,这样一种对立,可以借助互联网的功能和作用,轻松实现他们对于实体经济的快速反超,但是,我们同样要看到的是,互联网模式并不是万能的,并不是完美的。当虚拟经济发展到一定的阶段,特别是当互联网玩家们建立了绝对意义上的规模优势之后,必然会开启一场以资本的无序竞争和

以对于流量的野蛮收割为代表的并不健康的发展新阶段,最终,必然会将互联网的发展带向对立的发展怪圈里。

很显然,这样一种以对立为主导的发展模式是不健康的。如果这个问题无法得到解决的话,它非但会影响到互联网行业的健康发展,甚至还会对更大范围的经济状态产生难以估量的影响。若要解决这一问题,必然需要改变这种对立的状态,通过融合来实现新的发展。

互联网的第三次进化,就是要解决这个问题。同前两次进化不同,当第三次进化开启,互联网玩家们更多地思考的是如何与实体经济实现融合,如何对实体经济赋能,而这正是产业互联网应有的原始意义。当这一发展趋势成熟,我们将会看到一场互联网与实体经济的深度融合。经历了这样一场深度融合之后,互联网的第一次进化和第二次进化所形成的虚拟经济和实体经济对立的二元经济形态将会被彻底改变,一场虚拟经济与实体经济的深度融合将会开启。

而这,正是产业互联网的原始意义和最终追求。从某种意义上讲,只有实现了虚拟经济与实体经济的深度融合,产业互联网才能最终实现;只有实现了虚拟经济与实体经济的深度融合,互联网的第三次进化才能真正完成。

互联网逐步从封闭走向开放

如果对互联网的第一次进化和第二次进化进行一次总结的话,可以非常明显地看出,在这个两个阶段,以平台和中心为代表的封闭是主旋律。这一点,无论是在互联网行业内部,还是互联网行业外部,无一不是如此。从互联网行业内部来看,我们看到的是一系列的互联网玩家们的崛起,无论是在PC时代还是在移动互联网时代,几乎都是如此。每一个互联网玩家就是一个中心,每一个互联网玩家都是一个生态,这些中心和生态之间的「篱笆」和「门槛」是很高的,并且是无法实现自由流动的。简单来讲,互联网行业的不同玩家之间是封闭的,不流通的「孤岛」。当这样一种状态持续,互联网玩家们内部必然会出现以二选一、大数据杀熟为代表的健康竞争现象的出现。

从互联网行业外部来看,互联网玩家与实体玩家之间,同样形成了相互封闭的,不相往来的中心。如果说互联网行业内部的不同中心带来的是,互联网行业内部不良竞争的话,那么,互联网行业外部的封闭状态,则是带来了互联网玩家与实体玩家们之间的不良竞争,带来了互联网玩家与实体玩家们之间「一半是海水,一半是火焰」的不健康的发展状态。互联网行业与实体经济所表现出来的冰火两重天的状态,正是互联网外部相互封闭的发展状态的直接结果。当这种结果持续发酵,互联网玩家与实体玩家之间这样一种不健康的发展状态带来的影响将会越来越大。

若要解决这一问题,必然需要打破这种封闭、孤立的发展状态,通过实现互联网行业内部和外部的开放来实现新的发展。而这,正是产业互联网时代真正需要做的。无论是互联网行业内部的开放外链,还是互联网外部的虚拟经济与实体经济的融合,其实都是在告别以往封闭的发展状态,转而开启一次以开放为主导的新进化。

当互联网的第三次进化完成,互联网行业内部的封闭的状态不仅会打破,互联网行业外部的封闭的状态童叟将会被打破。由此开始,一场由重混、重构为主导的混沌的状态将会衍生出更多新的发展机会,衍生出更多新的商业模式,互联网行业的发展将会进入到一个全新的发展阶段。

而这,正是产业互联网最为真实的样子。

如果对产业互联网的发展做一次总结的话,我们可以将其归结为互联网的第三次进化。同互联网的前两次进化不同,第三次进化并不是以互联网为主战场的,也不是以互联网为终极目的地的。这是一次完全有别于以往进化的全新进化,有了这样一次进化之后,互联网不再是互联网,产业不再是产业,而是一个叫做「产业互联网」的新物种。在这个新物种身上,一切都将发生一场深刻而又全面的改变。