



「掉队」这个词，其实一直都是伴随着腾讯的。无论是在以前的互联网时代，还是在现在的后互联网时代，几乎都是如此。没有办法，正所谓树大招风，更何况是处于名符其实的头部地位的腾讯呢？那么，腾讯究竟有没有掉队呢？至少从现在的情况来看，腾讯是没有掉队的。因为无论从哪个方面来看，腾讯依然处于中国互联网行业的「第一阵营」。既然腾讯没有掉队，那么，为什么它还始终都和「掉队」这个词联系在一起呢？我认为，在很大程度上，这源自于人们对于腾讯的成见以及过高的期待。

这不，当腾讯的第二季度财报公布之后，有关腾讯「掉队」的声音又开始了。观察这些「声音」，不难看出，要么将腾讯的财报和早前腾讯关停的业务联系在一起，要么将腾讯的财报与早前其出售美国股票的传言联系在一起。不管怎样，这些声音汇成一个词，就是「掉队」。

按照「掉队」这个词的字面意思，它主要是指「结队行进中落在队伍的后面」；比喻：落后。透过对「掉队」字面意思的回顾，我们不难看出，人们说腾讯掉队的言下之意，就是说腾讯落后了。那么，究竟腾讯有没有落后呢？事实上，腾讯并没有落后。特别是我们将腾讯放置于当下互联网的市场大背景当中以及同类的互联网企业做对比时，更加会比较清晰地看出这样一种特点。

就拿腾讯陆续关停一些非核心的业务来说吧。

腾讯之所以会关停诸多的非核心业务，其实，更多地是在适应当时当下的发展大趋势和大环境。除了腾讯之外，其他的互联网玩家们也在做着同样的操作——收缩过冬，专注核心。如果我们仅仅只是将腾讯关停非核心业务，看成是腾讯在掉队，未免有些

太过偏见和狭隘了。

再来看看腾讯的财报吧。

根据腾讯发布的年中财报数据显示，腾讯的季度营收出现了下滑，净利润更是直接减半。乍一看，腾讯好像确实出现了问题，不然也不会有如此大幅度的下降。但是，如果我们将腾讯的财报数据与其他互联网巨头的财报数据放在一起来看，就会发现，腾讯的财报表现，其实还是不错的。即使是谈不上亮眼，符合预期，也是无可非议的。

通过对以上两个方面的回顾，我们可以非常明显地看出，人们对于腾讯「掉队」的看法，更多地是基于腾讯本身，更多地是在拿现在的腾讯和之前的腾讯做对比，而没有将腾讯放置于当下的大环境，更没有将腾讯放置于当下的同行业之中。

很显然，这种看法是孤立的，这是与「掉队」的根本意思相违背的。

二

同外界仅仅只是将关注的焦点停留在财报数据上不同，腾讯方面更多地向外展示的是，如何提升业务效率，如何增加新的收入来源上，特别是视频号广告收入和金融科技企服等方面的数据上。

我想，腾讯方面之所以会着重展示这些业务，除了向外界展示其正在寻找第二条增长曲线的作为之外，更多地想要告诉我们的，是，腾讯并未掉队，而是在和其他的互联网玩家一样，寻找新的增长突破口。

这才是正确看待腾讯的正确方式，这才是我们可以正确理解腾讯的关键所在。

要知道，在视频号刚刚推出的时候，很多人都不看好，但是，现在的视频号业已成为拉动微信活跃度的关键动能，甚至用户在视频号的停留时长一度超过了朋友圈。

这说明什么？这说明，腾讯在布局视频号的关键抉择上面迈出了重要的一步，甚至

可以说，借助视频号，腾讯不仅真正搭上了短视频的末班车，而且还找到了再度激活微信的「催化剂」。

可以预见的是，如果照着这样的趋势发展下去，我们不排除视频号在短视频领域依然可以成为头部。如同，以往腾讯借助微信支付，杀了支付宝一个措手不及一样。对于腾讯来讲，这不能不算是一种弯道超车。你看，腾讯掉队了吗？很显然，腾讯没有掉队，非但没有掉队，甚至还在逆袭——逆袭自我，逆袭市场。

除了视频号之外，我们再来看看，腾讯在TO B业务上的布局吧。事实上，当以流量为主导的经典的互联网模式开始走到了尽头，越来越多的玩家开始将关注的焦点聚焦在了B端业务上，开始更多地通过赋能B端来寻找新的发展突破口。

对于腾讯来讲，同样如此。

无论是在以金融科技企服为代表的业务上，还是以智慧新零售为代表的业务上，腾讯都在避虚就实，都在寻找拥抱实体的新方式和方法，都在寻找着实现马化腾当初所提出的「全真互联网」的正确的方式和方法。

时至今日，在TO B业务上，腾讯同样是杀出了一片天地。同样地，在谈及TO B业务的时候，腾讯依然是一个无法被绕过的话题。从这个角度来看，腾讯依然是没有掉队的。

三

既然腾讯没有掉队，那么，为什么依然还有如此多的人，认为腾讯掉队了呢？

我认为，最为重要的一点，在于看待腾讯的正确方式的问题。

首先，我们并不能够拿现在的腾讯和以往的腾讯相比较。因为那个时候的腾讯所处的环境和现在的腾讯所处的环境是不一样的，如果我们拿那个时候的腾讯和现在的

腾讯作比较的话，无异于是在刻舟求剑。

另外，那个时候腾讯的体量和现在腾讯的体量是不一样的。如果我们将那个时候的腾讯的体量看成是一头牛的话，那么，现在腾讯的体量则是十头牛，甚至更多。

其次，我们也不能拿现在的市场环境和那个时候的市场环境相比较。因为在那个市场环境里，主要是以资本和流量为主要驱动力的，只要掌握了这两大要素，基本上就可以在互联网市场上无往而不利，腾讯也正是在那样的市场环境里实现了生长的。

同样地，现在的市场环境早已发生了深刻的变化，资本和流量的红利已经不再，互联网玩家们的发展逻辑彻底改变。这时，看待腾讯的方式和方法，同样需要进行一次彻底地改变。从某种程度上讲，我们需要更多地看腾讯在新业务布局上的突破，在提升业务效率、增加业务收入来源上的努力。

当我们以这样一种方式来看待腾讯的时候，就会发现，腾讯非但没有掉队，甚至还处于一个相对较好的位置。

不管怎样，我们在看待腾讯的问题上，需要随机应变，需要与时俱进，而不能固步自封，更不能一叶障目。只有这样，我们才会发现一个不一样的腾讯，我们才能找到看待腾讯的正确方式和方法。

腾讯没有掉队。

当我们找到看待当下腾讯的正确方式和方法的时候，这能获得对腾讯的正确认知。正如「掉队」一词的原始意思那样，「掉队」更多地展示出来的是「结队行进中落在队伍的后面」，那么，当这条长长的互联网队伍的行进速度开始慢下来之后，所谓的「落后」，或许已经脱离了「这条队伍」本身，而变成了「那条队伍」。这个时候，再去谈论「掉队」已经没有任何意义了。



## 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

