

京东,再一次选择了逆向奔赴

在每一次苦难来临的时刻,逆行者的背影,总是让人倍感温暖。

在疫情依然肆虐的当下,更是如此。

那些义无反顾地奔赴疫情最前线的逆行者们,总是在用血肉之躯守护着我们的生活冷暖。如果一定要寻找这些逆行者当中最美的那一抹风景,京东的快速小哥们,无疑是值得我们去关注的那一个。

据报道,12月14日下午,京东从全国调集的首批1000余名快递小哥已陆续抵达北京,定向增援北京市内的快递配送工作。这已经不是京东第一次在疫情严峻的时刻向城市进行定向增援了。早在今年年初的大上海保卫战期间,京东就曾经有过一次逆向奔赴。

透过这样的逆向奔赴,我们不仅看到了京东为保证物流的畅通所做的努力,更加看到了它作为一家标杆企业所体现出来的责任与担当。

一直以来,提及京东,我们总是会将它和刘强东联系在一起,而刘强东为我们所树立的,就是比较讲求江湖道义与兄弟情义的形象。

如果站在这样的角度,我们就可以非常容易理解,为什么京东可以在一次又一次的挑战当中选择逆行,我们就可以非常容易理解,为什么京东可以在一次又一次的选择当中,始终都将责任与担当看成是首选。

可以说,正是由于这样一种有别于一般互联网公司的江湖道义与兄弟情义,才造就了今天的京东,才让京东从一次又一次的难关当中挺了过来。

然而,如果我们仅仅只是将京东的逆行划归到这一范畴里,未免有些太感情用事了,未免有些太过肤浅了。透过京东一次又一次的逆行,我们需要更多地看到,除了江湖道义与兄弟情义之外的东西。

首先,透过京东的逆行,我们应当看到的是,互联网业已成为保供保畅的生力军。

一直以来,我们都在强调,互联网业已成为一种新型的基础设施,一种与人们的吃穿住行密切相关的存在。对于互联网这样一种定义,并不仅仅只是体现在人们的消

费和行为习惯从线下开始转移到线上的层面上,而是更多地体现在互联网公司在日常经济和生活当中所扮演的角色和定义。

互联网公司对于经济发展的贡献,自然是不必说的。另外,互联网公司对于人们生活的重要作用,应该更多地体现在非常深刻的逆向奔赴。换句话说,互联网公司就是要做那些其他公司无法在非常时期做到的工作,完成那些其他公司无法完成的任务。

很明显,通过京东一次又一次的逆向奔赴,我们可以完全看到这一点。正是因为如此,像京东这样的互联网公司,才能真正担纲起保通保畅的重任,才能成为名符其实的新型基础设施。

其次,透过京东的逆行,我们应当看到的是,互联网的竞争业已进入新阶段。

以往,提及互联网行业的竞争,人们通常会将它与线上的补贴大战和广告大战联系在一起。可以说,线上,才是互联网玩家们竞争的主战场。然而,线上,并不能够满足用户的需要,特别是无法满足「最后一公里」的需要,线上依然需要与线下结合,才能真正形成一个完整的商业闭环。

透过京东一次又一次的逆行,我们同样可以非常明显地看到这一点。

没错,借助线上的平台,用户足不出户,只需要动动手指,便能购买到想要的商品。但是,要想把商品配送到用户手中,依然还是需要物流的力量作为保障。这个时候,真正比拼的已经不再是线上,而是更多地考验互联网玩家们服务用户「最后一公里」的能力。

可以说,谁能够做好「最后一公里」,谁能够将商品配送到用户的手中,谁才能真正实现一个完整的商业闭环。

在这一点上,我们可以非常明显地看出,京东所表现出来的强大能力。或许,这也是为什么刘强东一直以来都坚持自己做的物流的根本原因吧!透过这一点,可以看出,互联网玩家们竞争已经从线上为主进入到兼具线上和线下的全新阶段。在这样一个阶段,我们将会看到类似考验以物流配送为代表的诸多线下能力的现象的



出现。

再次,透过京东的逆行,我们应当看到的是,互联网的核心依然是「人」。

当互联网的发展进行得如火如荼的时候,人们总是会不断地夸大,甚至神化互联网,将互联网看成是一个万能的存在。事实上,我们仅仅只是看到了表面,真正决定互联网的本质与核心要义,依然在于人。

无论是对于互联网技术、模式的创新和研发,还是对于互联网的「最后一公里」的打通,其实,人都在其中扮演着至关重要的作用。可以说,没有了一个又一个的人,没有了一个又一个的个体的力量,互联网是无论如何都无法获得持续的发展的。

反观京东,同样如此。如果没有京东的技术员、运营人员的努力,京东的线上运行就不会这么顺畅。同样地,如果没有千千万万个京东快递小哥们的共同努力,我们在京东上购买到的商品,同样也不会如此快速地来到我们面前。

因此,当我们在思考和探索互联网的未

来发展的时候,如果忽略了「人」这样一个关键要素,是无论如何都无法把握内在的精髓与原始奥义的,如果忽略了「人」这个一个关键要素,是无论如何都无法找到正确的切入点和突破口的。

可能有人会说,随着科技的发展和进化,未来,「人」的要素,特别是一些程式化的工作将会被AI所代替,但是,我要说的是,尽管这些程式化的工作会被AI替代,但是,真正从背后控制AI,真正去研发AI的,依然是一个又一个的鲜活的生命。

当困难的时刻再一次来临,京东再一次没有让人们失望,它再一次选择了逆向奔赴。

透过这样的逆向奔赴,我们的确再一次领略了京东作为一家头部企业应有的责任与担当。

然而,在这样一种责任与担当背后,我们或许更多地应当看到的是,京东作为一家互联网企业所彰显出来的更为深层次的东西。只有认识到了这一点,我们在看待京东逆向奔赴这件事情上,才不仅仅只是停留在表面,而是可以看到更为深层次的方面。

元宇宙需要长期主义

从Meta股价的一路走低到扎克伯格发布的头显并不被用户买单,Facebook全力拥抱Meta正在经历一场过山车。

扎克伯格和他所带领下的Meta遭遇到的如此多的困境和难题,越来越多地让我们开始相信:所谓的元宇宙并非是一蹴而就的,它是一个长期的过程。

对于每一个元宇宙的玩家们来讲,坚持长期主义,或许才是正道所在。

这似乎与很多人元宇宙玩家的初衷相违背的。在很多人看来,所谓的元宇宙,其实是一个全新的风口,他们之所以会投身其中,其中一个很重要的原因在于,他们想要在资本市场上赚得盆满钵满,甚至想要借助元宇宙复制互联网时代的荣耀。

然而,Meta的遭遇,正在告诉我们,所谓的元宇宙并不能够让资本市场有足够多的耐心长期坚持下去,等到资本市场的耐心不再,元宇宙玩家们又找不到一条正确的发展道路时,一切或将重头开始,所谓的元宇宙的荣耀,或许终将会成为过眼云烟。

因此,对于元宇宙的玩家们来讲,找到与元宇宙的发展相辅相成的长期主义的方式和方法,或许才能保证在元宇宙上有所作为。

流量,依然是元宇宙的生命线

尽管我们一直都在说流量时代已经过去,尽管我们一直都在说要摒弃互联网时代的流量思维和逻辑,但是,这里所说的流量,主要是基于互联网语境下的流量,即,那些仅仅只是依靠互联网的模式和方法可以满足和收割的流量。

可以说,现在用互联网的方式和方法来满足的流量,业已彻底见顶,由此所引发的红利,业已消失不再。

对于元宇宙来讲,欲要获得发展,欲要实现突破,必然需要承担起满足流量的新需求的功能和作用。

因此,如果我们要寻找元宇宙需要坚持

的长期主义的话,把握好流量方面的长期主义,不断地用元宇宙的方式和方法来满足流量的新需求,来找到新的商业闭环,或许才是关键所在。

扎克伯格以及他所领导下的Meta之所以举步维艰,其中一个很重要的原因在于,他并未真正找到联通元宇宙与流量之间的桥梁的方式和方法,最终让元宇宙和流量之间始终无法形成完美的桥梁,所谓的元宇宙也变成了一个自说自话的存在。

当我们在寻找坚持元宇宙的长期主义的方式和方法的时候,必然需要做的,就是要找到一条元宇宙与流量之间实现相辅相成、协调共生的长期发展的方式和方法。

如果无法实现这一点,那么,所谓的元宇宙就变成了一个仅仅自说自话的存在,所谓的元宇宙就变成了一个仅仅只是依靠资本的支撑才能发展的存在,所谓的元宇宙,就变成了一个转瞬即逝的概念。

因此,依然将流量看成是元宇宙的生命线,并且让流量成为支撑元宇宙发展的内生动能,才是保证元宇宙的发展可以进入到相对健康的发展阶段的关键所在。

技术,依然是元宇宙的持久动能

对于每一个投身到元宇宙的洪流里的玩家们来讲,他们无一不是看到了资本市场的关注以及这样一种关注背后所释放出来的财富红利。然而,尽管元宇宙可以获得资本市场的青睐,可以让很多人实现财富自由,但是,这样一种发展模式,其实是带有很多的投机性质的。

欲要让元宇宙获得长久的发展,欲要让元宇宙的发展可以进入到良性的发展阶段,我们必然需要抛弃对于资本的幻想和依赖,找到一条真正适合元宇宙的长期且持续的发展道路。

事实上,真正能够给元宇宙带来持续且稳定的发展动能的,依然在于新技术的力量。从表面上,元宇宙的出现,仅仅只是在

资本市场的推波助澜之下产生的。

然而,从本质上来看,元宇宙的衍生和发展,其实是各式各样的新技术不断萌芽、衍生和发展,直到成熟之后才出现的。

可以说,如果没有新技术的不断成熟与落地,元宇宙是无论如何都无法出现的。

当我们在寻找元宇宙长期可持续发展的方式和方法时,应当更多地关注的焦点聚焦在新技术的身上。

通过新技术的不断衍生和嬗变,找到元宇宙更多的发展模式和方法;

通过新技术的不断成熟和完善,找到元宇宙更多的发展可能性;

通过新技术的不断普惠与普适,弥合元宇宙与用户之间的鸿沟。

当新技术成为了驱动元宇宙发展的内生动能,当新技术成为了拉近元宇宙与用户之间的方式和方法,元宇宙的发展才能真正告别以往以资本为主要驱动力的不可持续的发展模式,真正进入到以新技术为主要驱动力的全新的发展阶段。

可以说,真正掌握了元宇宙的新技术,真正找到了元宇宙的新技术商用的玩家,才是未来元宇宙市场的真正胜利者。

生活方式,依然是元宇宙的终局

无论是对于元宇宙的玩家们来讲,还是对于那些对元宇宙抱有浓厚兴趣的资本玩家们来讲,他们之所以会将关注的目光聚焦在元宇宙的身上,其中一个很重要的原因在于,他们看到了元宇宙未来在商业上应用的可能性,他们看到了元宇宙未来成为一种生活方式的趋势。

因此,无论元宇宙有多么地神奇,无论元宇宙有多么地具有颠覆性,如果无法落地到商业上,如果无法成为一种生活方式,那么,所谓的元宇宙,终究会变成一场自嗨的游戏。

扎克伯格以及他所带领下的Meta之所以会遭遇如此多的发展困境,其中一个很重

要的原因呢就在于,他仅仅只是将元宇宙看成了一个讨好资本市场的工具,却并未找到元宇宙真正商用,真正平民化,真正成为人们生活方式的方式和方法。

于是,当资本市场对于Meta的耐心不再,特别是等到元宇宙无法给资本市场带来太多的想象力的时候,纵然是再富有前瞻性的想法,都仅仅只是变成了一种异想天开。

当我们在寻找元宇宙的长期主义的方式和方法时,当我们在探索元宇宙的正确的落地和应用的方式和方法的时候,必然需要以商业的落地和应用,在大规模的商业落地和应用之后,真正让元宇宙成为一种生活方式,让人们在日常生活的方方面面都可以用到元宇宙,才是保证它的发展可以持续的关键所在。

基于这样一种逻辑,当我们在探索元宇宙的落地和应用的方式和方法的时候,并不能够仅仅只是以资本市场为主要目标和方向,而是需要更多地去思考普通用户真正需要的东西。只有真正满足了普通用户的需求,只有普通用户真正使用了元宇宙,真正用元宇宙解决了日常生活当中的痛点和难题,才能真正将自身的发展带入到良性、健康的发展阶段。

相反,如果元宇宙缺少了商用的支撑,缺少了生活方式的支撑,纵然是再具有颠覆性的模式和方法,到头来必然会经历一场惨败。现在的元宇宙,早已从以资本为主导的时代进入到真正考验玩家们实力的发展阶段。

对于每一个玩家们来讲,他们真正需要思考的是,如何找到一种长期、可持续地发展元宇宙的方式和方法。从某种意义上讲,元宇宙的发展是需要长期主义的。

只有这样,元宇宙的发展,才不会是一个资本市场所鼓动起来的转瞬即逝的存在,而是变成了一个可以持续发展,能够给人们的生产和生活带来深刻改变的存在。