

拥抱产业互联网的最佳姿势

回过头去，我们再去看待那个异常火热的消费互联网时代，依然是喜忧参半的。喜的是，我们并不需要投入太多，便可以掘得人生当中的第一桶金；忧的是，我们始终都无法找到深度改造行业的最佳模式。正是在这样一个喜忧参半的年代，我们依然可以享受到流量红利，可以在资本的狂热里纵情向前。

唾手可得的红利，同样造就了人们的懒惰与投机。过度迷信互联网模式，一味地以资本为导向，正是这一现象的集中体现。层出不穷的互联网平台深入到了人们生活的方方面面，从表面上看，这是互联网深度影响和改变人们生活方式的重要表现，实质上，这是互联网透支流量红利的重要表现。细细想来，这是无可厚非的，因为在互联网时代，只需要搭建一个平台便可以充分享受到资本和流量的巨大红利，并不需要投入太多。

然而，红利不是万能的，更不是长久的。一旦红利不再，消费互联网的发展模式便会遭遇前所未有的挑战。思考下一步将会怎么做，成为消费互联网时代所有玩家必然要思考的重要问题。产业互联网便是在这样一个大背景下诞生的。

衍生于消费互联网的互联网现实最终让几乎所有的产业互联网玩家都逃不过以往的宿命，于是，那些在消费互联网时代屡试不爽的想法和操作，开始堂而皇之地在产业互联网时代出现。概念、模式等一些在消费互联网时代司空见惯的存在，现在同样成为产业互联网时代的重要组成部分。

不可否认的是，这种方式的确在一定程度上让一些玩家可以继续享受到了概念带来的红利，但是，这种假借产业互联网的概念来行消费互联网之实的做法，带来的或许仅仅只会是短暂的繁荣。

产业互联网并不是消费互联网的简单延续，更不是消费互联网的外衣，而是一个由内而外业已发生深刻改变的存在。当改变与产业互联网脱离联系，所谓的产业互联网其实就是消费互联网的代名词而已，流量和资本依然



是人们竞相追逐的现象。如果非要为这些产业互联网的玩家们找到一些不同的话，B端用户成为新的流量担当或许是最值得关注的重要方面。

需要明确的是，如果仅仅只是把流量来源的不同看成是消费互联网和产业互联网的最大不同，无疑将会极大地低估产业互联网的能量。因为流量从来就不是决定产业互联网发展的关键要素，对于行业抑或是产业的深度改造，才是产业互联网的精髓所在。以BAT为代表的互联网巨头对于大数据、云计算、人工智能和区块链为代表的新技术的深度布局，正是在寻找赋能产业最佳的方式和手段。

当产业互联网的玩家们真正可以给产业本身带来改变，而不仅仅只是获取B端用户的时候，所谓的产业互联网才算是走上了正确的道路上。如何改变？如果仅仅只是像消费互联网时代那样仅仅只是搭建一个平台，或许是远远不够的。因为平台模式并不能够深度改变行业本身，仅仅只能通过过去中间化的方式来提升行业运行效率。

以大数据、云计算、区块链

和人工智能为代表的新技术则不同，相对于互联网技术来讲，这些新技术更加彻底，能够与产业内部的流程和环节产生联系。他们提升行业运行效率的方式不是通过过去中间化的方式来实现的，而是通过深度改变行业内在的流程和环节来实现的。这才是产业互联网之所以被称作产业互联网的根本原因所在。

从这个角度来看待和思考产业互联网，我们才会找到新机会。如果仅仅只是站在流量的角度，那么，产业互联网依然仅仅只是巨头们的狩猎场，对于中小型的玩家们来讲并没有太多的新机会。因此，对于那些有志于在产业互联网时代实现逆袭的玩家们来讲，并不能够把流量看成是安身立命的地方，而是要在深度改变行业上来着手。

因为在互联网巨头面前，即使是再强大的流量都是不堪一击的。在消费互联网时代，互联网巨头们已经建构起来了一个强大的流量生态系统，这个强大的流量生态系统可以确保他们可以通过各种各样的手段来获得流量。对于那些中小型的玩家们来讲，这个强大的护城河几乎是无法逾

越的。因此，那些有志于在产业互联网的浪潮里淘金的玩家们必然需要跳出流量的怪圈，真正从新的角度来看待它。只有这样，这些玩家们才有机会跨越消费互联网时代业已形成的强大壁垒，真正享受到产业互联网时代的发展红利。

融入产业，成为产业的一份子。消费互联网时代的平台模式让“互联网+”平台成为独立于产业和用户之外的存在，对于产业介入的浅尝辄止让他们失去了改造行业的机会和条件。当产业互联网时代来临，我们真正需要做的，就是要融入到产业当中，成为产业的一份子，而非独立于产业之外的平台，只有这样，我们才能找到加持产业互联网的最佳方式和方法。

所谓的融入产业，其实就是要成为产业其中的一个组成部分，而不仅仅只是一味地做撮合和中介。对于广大的科技公司来讲，最为重要的就是要开发出产业用户真正需要的新技术和新产品。通过这些新技术和新产品应用到行业的实际生产过程当中，改变传统产业的运行逻辑，

从而带来产业的深度改变。

加持新技术，找到产业发展新动能。产业互联网的最大区别就是它的底层驱动技术是以大数据、云计算、区块链和人工智能为代表的新技术，而不是互联网技术。我们在将产业互联网付诸实践的最佳方式就是要加持新技术，让这些新技术成为驱动行业发展的全新动能。

新技术始终都是驱动产业互联网前行的主要驱动力。对于那些有志于在产业互联网的背景下掘金的玩家们来讲，我们真正需要的就是要加持新技术，不断布局新技术，让新技术成为驱动行业发展的主要动能。当产业互联网的驱动力从互联网转移到新技术身上之后，它的发展才算是真正走到了正确的道路上。

建构新的表达体系，找到产业融合的突破口。经历消费互联网时代的洗礼之后，单纯地以去中间化的方式来提升行业运行效率的做法开始遭遇到了越来越多的挑战。从产业内部着手，通过消弭产业内部的流程和环节之间的壁垒来提升行业运行效率的做法成为产业互联网时代发展的关键所在。

建构一个可以相互连通、相互转化的全新的表达体系，成为再度提升行业发展效率的突破口。数字化浪潮的来临为我们提供了这种可能性，通过将同一行业的不同流程以及不同行业的不同流程进行数字化的表达，我们可以打破原有以行业为界限的壁垒，真正将产业互联网的发展带到一个相互融合的全新时代。

这个时刻，产业互联网的玩家们才能真正跳出消费互联网时代以去中间化为主打的外化的发展模式，进入到以改造内部的流程和环节为代表的内生的发展模式。当产业互联网成为必然，越来越多的人开始投身其中。

对于消费互联网时代发展模式的依赖和迷恋，最终让很多的玩家们不可避免地陷入了消费互联网的怪圈当中。这是一种倒退。找到与产业互联网拥抱的最佳姿势，才能让它跳出消费互联网时代的陷阱，真正进入到属于自己的时区。

中概股赴港上市暗流涌动前景扑朔迷离还是一片光明？

华尔街中概股遭遇前所未有之危机，缘起瑞幸咖啡财报造假事件。这起造假事件直接导致的是中概股在华尔街的信任危机。投资者对中概股披露的财报等信息已经失去信任，一粒老鼠屎坏一锅粥，即使好公司，即使信息披露确实真实的公司，投资者也不相信，也开始对中概股怀疑一切。中概股在华尔街真的不好混了。投资者如此，监管部门尤甚。此前SEC主席在电视上公开呼吁投资者远离中概股。不透明、难查帐、难起诉和难索赔，四大问题摆在投资者面前。

接下来，SEC拿瑞幸咖啡祭旗泄愤在意料之中。就在此刻撰文时，传来消息，美国证券交易委员会正在就会计不当行为调查瑞幸。已经鬼子悄悄进村了。媒体报道称，SEC是否能彻底调查瑞幸咖啡的不当行为，将取决于中国监管机构能够对其分享内容多少。

据中国证监会4月27日披露的情况，自瑞幸咖啡自曝财务造假以来，中国证监会第一时间对外表明严正立场，并就跨境监管合作事宜与美国证监会沟通，美国证监会作出了积极回应。中国证监会表示，一向对跨境监管合作持积极态度，支持境

外证券监管机构查处其辖区内上市公司财务造假行为。

相信张着血盆大口的SEC不会心慈手软的。等待瑞幸咖啡的是高额罚款，实控人恐有牢狱之灾。

瑞幸咖啡如果只是本公司的事情那就万幸了，但是“株连九族”对整个中概股影响太大了。华尔街中概股已经闻到火药味，也已经在寻找退路。

这里不得不佩服阿里巴巴先下手为强，早早地赴港二次上市。已经提前牢牢把握住了主动。其实在阿里巴巴赴港上市时，市场还有许许多多不同声音。今天再次证明马云决策的英明。

我此前已经说过香港是华尔街中概股的最佳退路。从香港交易所来说，一个时期边缘化趋势凸显。掌门人李小加不惜修改规则，以吸引同股不同权企业进入香港股市。港交所急需壮大市场主体。港交所由于国企股比例越来越大，急速A股化色彩明显。中概股回香港与回内地A股差不多。本质是A股和港股只要IPO成功混下去比美股容易很多。

刚刚看到报道，继2019年11月阿里巴巴在香港的二次上市成功之后，中概股

回港股上市的传言就一直没断过，最新传出进展的是百度、携程、京东。

有消息称，百度、携程在香港二次上市进程在快速推进，近期将正式向香港联交所递交。另据香港媒体援引路透社旗下IFR的报道，京东已以保密形式在香港提交上市申请，拟二次上市。

京东可能出售最多约5%的股份，预计最早在6月挂牌。以京东在美国纳斯达克上市市值670亿美元计算，京东在港的集规模可能达到34亿美元，美银、中信里昂及瑞银为主要安排行。说的有鼻子有眼的。

虽然这些公司都没有正面回应，但相信绝不是空穴来风。这正中李小加的下怀。由于阿里巴巴的回归，不少中概股也在观望两地上市的机会，有望为香港市场带来更多的IPO项目。李小加就是希望阿里巴巴香港上市带来羊群效应。

如果回归A股符合条件，当然是第一选择。不过，A股对待中概股回归的态度也在变，与360私有化回归那阵子已经大相径庭了。投资者对中概股回归不像那时那么期待，监管者也不像那时的欢迎程度，市场越来越理性并不像当时把中概股

当作香饽饽了。从这个角度看，360是聪明的。

不过，一个好消息是创业板注册制即将隆重登场，给试图回归中国的华尔街中概股多了一个实实在在的选择。

创业板注册制是中国资本市场又一个里程碑。创业板注册制出炉，意味着中国新经济公司又多了一个上市地选择。相比10年前多数互联网企业去美国上市，现在上市地点有了更多选择。主要有两点变化：第一，国内ToB项目更多是产业互联网，科创板、创业板、港股都提供了比美国更好的上市机会；第二，目前中美关系下，掌握核心底层技术的创业公司去美国上市会更难。搁置一个时期的中概股回归A股事件或会随着创业板注册制的推出而重新启动。一些华尔街中概股公司或会直接回到创业板上市。

至于赴港或回A股的方式，在香港交易所董事总经理鲍海清看来，对于已经上市的优秀中概股来说，双重、多地上市或许更加可行，因为已上市企业私有化的成本非常高而且中间流程存在很多不可测因素，“企业应该重新评估市场变化情况，做出一个对自己最有利的选择”。