

# 深陷消费互联网迷途，产业互联网需锚定方向

产业的改造是一个漫长的、枯燥的过程，这是产业互联网的本质特征。如果我们想要像消费互联网那样来落地产业互联网，势必会陷入到发展的瓶颈之中，这是困扰所有产业互联网玩家的关键，即使是头部的玩家也不例外。然而，人们的惯性思维会自然而然地用消费互联网的模式来延续产业互联网的发展，可以确定的是，这种模式非但无助于产业互联网的发展反而还有可能带来伤害。因此，找到属于产业互联网的发展模式，才是真正能够取得突破性发展的关键所在，如果一味地迷信消费互联网的发展模式，到头来势必会丧失产业互联网发展的良机。

我们总是可以在头部公司的发展动向上窥探到一些发展的蛛丝马迹，从而可以为我们在探索产业互联网的发展模式上带来启迪。这一点在消费互联网时代得到了印证，在产业互联网时代，我们同样可以获得相似的启迪。观察头部公司参与到产业互联网的方式，我们会发现他们来落地产业互联网的过程当中多半会选择技术先行，资本扮演的则是配角。这是与消费互联网时代有本质区别的地方，因为在消费互联网时代真正的驱动力在于资本，而互联网技术扮演的则是辅助角色。因为消费互联网时代是一个以运营为主导，以流量获取为终极追求的时代，缺少了资本供血，流量获取便会成为泡影。

然而，技术的发展和成熟其实是一个相对漫长的过程。任何一门技术的萌芽、发展和成熟必然需要经历不断地修正和完善。我们现在所看到的大数据、云计算、区块链和人工智能技术无一不是如此，其实这些技术的发展已经经历了很长的时间，但是，即使到了现在我们依然没有看到这些技术的大范围落地和应用。出现这种现象的根本原因就在于技术本身的特质，当产业互联网缺少了新技术的支撑，它的发展其实又陷入到了一种全新的发展怪圈当中。

庆幸的是，已经有越来越多的玩家看到了这一点，他们开始将发展的重点从表层的模式和资本深入到了底层的新技术身上，以产业区块链、产业智能、产业数字化为主打的发展模式开始越来越多地出现。可以预见的是，当这些发端于新技术的产业互联网片段逐渐串联起来的时候，真正为我们展现的将会是产业互联网的瑰丽画卷。对于那些有志于在产业互联网时代有所作为的玩家来讲，他们真正要做的并不是将关注的焦点聚焦在那些消费互联网的要素上，找到并加持产业互联网时代的独特元素，才是确保他们在产业互联网时代可以掘金的关键所在。

透支消费互联网，产业互联网难以破局

尽管人们在口头上会不断提及产业互联网时代已经来临，并且会不断强调自身在产业互联网上的布局，但是，真正等到落地的时候，他们总是会自然而然地规避掉一些难啃的硬骨头，选择一些较为简单地角度入手。其中，不断透支消费互联网的红利，以延缓产业互联网的发展是最值得关注的地方。我们看到的直播带货的兴起，就是这一现象的直接体现。虽然很多人把直播带货看成是产业互联网的一种，但是，从底层逻辑来看，直播带货依然困囿于流量和平台，并未真正跳出消费互联网的怪圈。尽管这种发展模式可以带来短暂的繁荣，但是，这仅仅只是延缓了消费互联网落幕的焦虑，真正的解决方案依然还在于产业互联网本身。

如果我们把诸如此类的透支消费互联网红利的行为看成是产

业互联网的一部分的话，那么，我们其实已经走在了远离产业互联网的道路上。真正以产业互联网的视角和操作来进行相关的尝试，所谓的产业互联网才能真正跳出消费互联网的怪圈，真正进入到一个全新的发展阶段。具体来看，透支消费互联网的行为无法促使产业互联网的落地，主要有如下几个方面的原因。

改造对象出现了根本性的偏差。当进入到产业互联网的发展阶段之后，改造对象其实已经发生了相当深刻的变化，B端用户开始真正成为真正意义上的目标用户。在这样一个阶段，我们需要做的是对B端用户进行全方位的深度改造，而不是试图通过新的营销方式来延缓它衰老和落幕的速度。纵观现在的产业互联网玩家几乎都是在通过对消费互联网时代的红利进行不断地透支来延缓B端用户面临的困境。

这其实是与产业互联网的发展逻辑相悖的。经历了消费互联网时代的洗礼之后，C端用户的消费需求和行为习惯其实已经发生了深刻的变化，并且新的消费群体的崛起同样带来了新的需求的出现，在这个时候，行业端其实是没有发生太多的改变的。很多的上游企业其实都是在用传统的逻辑进行着传统的发展，很显然，这种方式并不能够与用户需求实现完美契合，只有真正改变行业端，用新的供给方式和新的产品和服务，才能让供求两端再度实现完美融合。

如果仅仅只是站在C端用户的角度来寻找突破口，而忽略了对B端的深度改造，那么，我们提供给C端用户的依然是陈旧的产品和服务，虽然从短期来看，这种营销方式可能会奏效。一旦C端用户对于这种营销方式司空见惯，转而去看重看待产品本身的时候，所谓的火爆或许仅仅只是昙花一现。因此，我们需要用产业互联网的改造对象来看待它，而不能为了逃避困难和痛点，忽略了改造对象的偏移，最终把所谓的产业互联网时代带入到发展死胡同。

另外，当改造对象发生了偏差之后，我们需要做的是改造他们的生产方式和方法。对于很多的产业互联网玩家来讲，真正需要做的是如何找到正确的方式去改造他们的生产方式和方法。在这个时候，一味地创新所谓的营销方式和推广方式显然是不够的，我们真正需要做的是从底层技术着手，以技术为切入点，真正找到突破口。当B端用户的生产方式和方法发生了根本性的改变之后，真正意义上的产业互联网时代才能真正来临。

盈利方式并未真正改变。在消费互联网时代，玩家们的盈利方式是通过撮合和中介的方式来实现的。通过电商平台的财报，我们就可以看到消费互联网时代主流的盈利模式和方法。这种以撮合和中介为代表的盈利模式需要一个前提条件，这个前提条件就是流量要足够丰富，可以撮合和中介的点要非常多。经过了移动互联网时代的发展之后，其实，流量的红利其实是已经见顶了的。这个时候，我们再去延续传统的撮合和中介的盈利模式势必会遭遇发展瓶颈。

尽管如此，我们看到很多的产业互联网玩家其实依然在沿着撮合和中介的盈利方式发展，不同的是，他们撮合和中介的方式和方法发生了改变。如果继续沿着撮合和中介的方式进行发展，忽略了对盈利模式的创新，所谓的产业互联网其实依然会陷入到发展困境之中。对于产业互联网的玩家来讲，这其实同样是一种透支，透支只剩下来的，为数不多的流量红利。

当产业互联网时代真正来临，我们需要做的是要创新盈利方式，找到撮合和中介之外的全新的盈利方式。其实，产业互联网的盈利模式是一个长期的、持续的过程，它的盈利应该通过赋能的方式来获得。当我们完成了对行业的深度改造之后，行业端的生产效率提升了，生产流程改变了，生产产品变革了，B端用户才能把一部分收益回馈给赋能者。这才是产业互联网时代的盈利模式。如果我们忽略了对赋能的重视，仅仅只是想当然地去收割流量，那么，当流量收割完成之后，B端用户的生产方式和方法依然没有改变，那么，产业互联网玩家必然会面临发展难题。

资本主导的发展模式并未真正改变。所谓的消费互联网时代，其实就是一个以资本为主导的发展阶段，得资本者得天下几乎是移动互联网时代发展的主题。正是因为如此，我们看到几乎所有的移动互联网时代的参与者都将资本看成自身的命脉，并且试图通过融资来延续自身的发展。由于消费互联网时代以流量为命脉，流量的获取又需要靠烧钱和补贴才能实现，于是，我们看到了几乎所有的玩家都把资本看成是发展的重中之重，如果没有了资本，他们的发展便失去了驱动力。

当产业互联网时代来临，我们并未真正看到人们对资本的迷恋和依赖有减退的迹象，相反，人们还开始更加疯狂地通过一切可能的方式来获得资本的青睐。虽然从短期来看，这种以资本为主导的发展模式可以让他们的生存得到保障，但是，如果我们付诸产业互联网的核心都在于资本，而无法真正找到落地产业互联网的方式和方法，那么，所谓的产业互联网或许依然还会在消费互联网的怪圈里徘徊。

观察产业互联网玩家们的发展脉络，我们就会发现，很多的产业互联网玩家其实依然在将资本看成是发展的命脉。笔者就曾经遇到过很多的产业互联网玩家想出一个所谓的颠覆性的模式，在没有新技术作为支撑的前提下，就去在资本市场上进行融资。在资本的投资逻辑逐渐成熟，资本红利期已经见顶的时刻，我们可以想象到这种发展模式究竟将会面临怎样的发展困境。从这个角度来看，以资本为主导的发展模式其实同样是对消费互联网的一种透支，当这一透支方式难以以为继的时候，产业互联网时代或许才能真正来临。

平台依然扮演着至关重要的作用。按照我的理解，产业互联网其实是一个去平台化，去中心化的过程。在这个过程中，如果我们还是在不断地强化平台的作用，强化中心的作用，其实是无益于产业互联网的发展的。当产业互联网的概念提出之后，我们看到的是很多的玩家其实正在建构一个又一个的“中台”。何谓中台？中台其实就是平台，只不过是它将原本在互联网时代高度集中的中台模式进行了改造而已。

当产业互联网的发展依然还是在依赖一个又一个中台的时候，其实它依然还没有真正摆脱消费互联网的牵绊，只有真正摆脱对平台或者中心的以来，产业互联网时代的发展才能真正进入到属于自己的时区。从这个角度来看，我们现在所看到的产业互联网，其实依然是消费互联网的一种延续。如果我们无法摆脱对平台和中心的以来，那么，所谓的产业互联网始终都无法真正进入到属于它的发展轨道。

这一点即使是在头部的公司里，我们同样可以看到。因为在很多的产业互联网玩家都是头部



的互联网公司，他们凭借着在移动互联网时代的技术和资源积累，其实已经占得了产业互联网时代的发展先机。但是，他们的底层逻辑其实依然在试图建构一个中心化的存在，试图成为数据中心、技术中心，然后再把这些数据和技术赋能给B端用户，其实，这其实是在建构另外一种类型的中心，这同样是对消费互联网的透支，并且无法真正有效地促进产业互联网的发展。

当我们无法摆脱对消费互联网的依赖，当我们继续按照消费互联网的逻辑来进行产业互联网的落地时，其实，这样的发展模式是在透支消费互联网时代的发展红利。这显然无法真正促进产业互联网的长久发展，真正找到属于产业互联网的发展模式和方法，才是真正让我们能够沿着产业互联网的方向发展的关键所在。

十字路口，产业互联网的发展方向在哪？

按照笔者的理解，现在我们对于消费互联网的透支其实正走在消费互联网彻底落幕与产业互联网方兴未艾的十字路口。在这个阶段，我们需要做的是要找到产业互联网的发展方向，而不是继续透支消费互联网的红利，当我们找到了产业互联网的发展方向时，我们才算是真正跳出了消费互联网的发展怪圈。

技术与产业的深度融合。其实，所谓的消费互联网时代其实是一个互联网技术与人们的生产和生活深度融合的过程，这种融合的结果是它真正改变了人们的消费方式和消费习惯。同理，产业互联网时代，其实是一个新技术与产业相互融合的过程，这种融合的结果是要改变传统产业的生产方式和方法。它们之间唯一的不同就是消费互联网是互联网技术与用户深度融合，而产业互联网是新技术与传统行业的深度融合。

如果我们寻找产业互联网的发展方向的话，技术与产业的深度融合绝对是一个正确的发展方向。我们现在看到的产业区块链、产业智能化其实正是产业互联网的这一发展方向的具体体现。这个时候，我们需要做的就是不断打磨新技术，最终让新技术从一个萌芽发展成为参天大树，最终让这些新技术与产业的融合变成一件顺理成章的事情。

从现在在产业互联网的发展情况来看，技术与产业的融合依然还停留在早期的、原始的阶段，很多的玩家把新技术看成了收割B端用户的一种手段，忽略了新技术与产业的深度融合。如果这种方式无法解决，所谓的产业互联网其实就已经变成了另外一种收割流量的工具，并没有真正成为一种重塑供求两端新关系的手段。

重塑传统的生产要素和生产关系。在消费互联网时代，生产要素好生产关系其实没有发生太多实际意义上的改变的。这种发展模式所导致的一个直接结果就是，消费互联网时代的发展是非常短期的、野蛮的、不可持续的。进入

到产业互联网时代后，我们需要做的就是重塑传统时代的生产要素和生产关系，而不仅仅只是简单的缝缝补补。

现在，我们感受到的比较明显的一点就是数字正在成为新的生产要素，并且开始打破传统意义上的界限，真正将产业的发展进入到一种重混的发展阶段。当传统意义上的生产要素发生了根本性的改变之后，传统的生产关系同样将会发生改变，这个时候，产业上下游的功能和作用同样将会发生根本性的改变。对于产业互联网来讲，这才是关键所在。当我们完成了生产要素和生产关系的重塑之后，产业互联网的发展才算是真正进入到了一个全新的发展阶段。

相对于消费互联网时代的简单撮合来讲，这种建构于生产要素和生产关系的重新建构的发展方式将会把产业的发展真正带入到一个全新的发展阶段里。真正把握好产业互联网的这一发展方向，我们才能真正让产业互联网的发展带入到真正落地全新阶段。

供给与需求的再度平衡。从某种意义上讲，消费互联网时代其实真正让供求两端的失衡进一步放大了。为什么这么说呢？因为经历了互联网时代的洗礼之后，人们的需求不仅发生了深刻的改变，而且还得到了拓展，即人们的需求不再仅仅是停留在传统的层面，而是拓展到了更多新的领域里。在这个背景下，我们需要做的是如何满足用户新需求的方式和方法，如何使得供给与需求再度平衡，才是真正确保产业互联网可以长久发展的关键所在。

需要明确的是，这种供给与需求的再度平衡是建立在供给侧发生深度改变的基础之上的，而不是建立在撮合和中介的基础之上的。从这个角度来看，我们看到的现在很多的产业互联网玩家其实都是在做撮合，并没有真正将供给侧的改变看成是终极方向。可以想见的是，当某种撮合方式不再奏效之后，他们会选择新的方式来进行撮合，而不是去改造提供产品和服务的上游商家。

当我们真正把视线供给与需求的平衡看成是产业互联网的发展方向的时候，我们才能真正跳出消费互联网的发展怪圈，真正进入到一个全新的，以供求平衡为主导的全新发展新阶段。将是否实现了供给与需求的平衡看成是产业互联网的衡量标准，并且真正找到撮合之外的实现供求关系的方式和方法，或许才是保证产业互联网真正可以持续发展的关键所在。

当产业互联网之风吹拂大地，我们看到的是越来越多的玩家开始加入其中。然而，在这一场全新的发展过程当中，我们看到的是一幅似曾相识的画面，很多的产业互联网玩家在用消费互联网的套路来落地产业互联网，最终把产业互联网带入了发展死胡同。站在这样一个十字路口，我们需要找到真正符合产业互联网的发展模式，才能真正让产业互联网落地，而不再是一个美好的空中楼阁。