

产业互联网：区块链与数字货币的分水岭

成为技术，逐渐并且正在成为区块链行业发展的主题。无论是头部巨头，还是新型玩家无不这么认为。

同传统时代的高冷、神秘、封闭不同，现在的区块链开始变得愈加接地气。

我更加愿意将这种原因归结为区块链与数字货币的分野，链圈与币圈之间的界限的越来越清晰。

当这一态势逐渐形成，区块链将衍生出更多数字货币之外的更多应用，从而打破传统意义上以发币或者ICO为主流的发展模式，带来更加宽阔的发展新路子。

寻找数字货币之外的新应用并不仅仅只是说彻底与数字货币绝缘，而是说我们不要去建构一个独立于现行的货币体系之外的全新体系，继续借助区块链技术去改造传统行业，甚至互联网行业，从而让区块链与我们的生产和生活更加紧密地联系在一起。

这与当下火热的产业互联网有着异曲同工之处，正是因为如此，我们看到越来越多的人开始将区块链看成是产业互联网的重要组成部分，甚至是一把剃除行业顽疾的利刃。

同互联网时代仅仅只是借助平台模式实现产业上下游的沟通和对接不同，产业互联网时代更加关注的是新技术与传统产业的深度融合以及由此所带来的产业底层逻辑的深度改变。

大数据如此，云计算如此，区块链更是如此。

在这个过程中，区块链玩家并不仅仅只是一味地投入，当区块链对产业改造的效果逐渐显现，区块链同样可以形成一个商业闭环。

尽管在这样一个全新的商业闭环里，数字货币同样起着相当重要的作用，但是，同早期仅仅只是将数字货币看成是唯一发展方向商业模式相比，这种发展模式显得更加全面和完整。

究其原因，区块链技术与实体产业产生了深度融合与联系，即使是在这个过程当中，我们依然会进行发币或者ICO，但是，这种发币或者ICO是建立在实体产业基础上的。

这里的数字货币不再是比特币那样的“独立王国”，而是变成了一个有着自我投入和产出，进出有序的生态系统。

很显然，同早期人们仅仅只是将区块链看成是一种概念，进行纯粹的发币或者ICO



不同，这个时期的区块链技术已经与实体产业深度融合，并且开始了真正意义上的产业化进程。因此，寻找产业互联网时代的区块链发展新模式，真正将产业互联网看成是区块链与数字货币的分水岭，直接关系到下一个风口的来临。

产业互联网时代的发展新模式重点不再产业末端，而在产业前端

早期的区块链之所以出现如此多的乱象，其中一个很重要的原因在于人们仅仅只是将目光聚焦在了区块链产业的末端，即仅仅只是看到了发币或者ICO所带来的财富积累上。

尽管这种发展模式可以在很短的时间内为区块链行业的发展聚集大量的财富，但是，如果仅仅只是将目光聚焦在产业末端，而不去关注产业前端，那么，区块链的发展注定会崩塌。

这是区块链行业发展的早期之所以出现如此多乱象的根本原因所在。

当区块链行业的发展进入到产业互联网的时区里，我们的关注点需要从产业末端转移到产业前端，通过区块链对产业前端的深度改造找到支撑产业末端发展的新动能。

区块链发展的重点从发币或者ICO转向技术研发仅仅只是一个开始。

当技术研发成熟，找到落地和应用的正确的方式和方法，才是真正确保区块链可以

持续发展的根本所在。

真正意义上的区块链玩家无一不是将对于产业前端的改造当成是“硬骨头”来啃，无一不是将对于产业前端的改造当成是“深水区”来精耕。

当玩家们找到了利用区块链技术改造产业前端的方式和方法时，他们才算是真正找到了产业互联网时代的区块链发展新模式。

产业互联网时代的发展新模式重点不再单个行业，而在产业生态

早期，区块链行业的发展仅仅只是局限在数字货币身上，这种单一的、独立的应用场景并不能够真正给区块链行业的发展带来多么广阔的发展前景，相反，还会把区块链行业的发展带入到越来越狭窄的发展困境里。

当产业互联网时代来临，新技术对于产业的影响和改造开始变得深入而全面。

这是一种趋势，同样是一种必然。

新技术对于产业的影响和改造开始变得深入而又全面时，一个主要表现就是它们的应用已经不再仅仅只是局限在某一个行业，而是深入到了某些行业当中。

区块链同样如此。

随着区块链技术的不断成熟和完善，它的落地和应用开始变得顺理成章，并且开始形成一个生态。

食品溯源、文化娱乐、法律公正等诸多行业当中都开始出现区块链的身影，当这些行业开始被区块链技术深度改造的时候，原有的行业运行逻辑不仅发生了深度改变，而且这些业已深度改变的产业开始紧密联系在一起。

此刻，区块链不再是单个技术，或者仅仅只是应用在单个的场景里，而是变成了一个产业生态体系。

越来越多的场景开始出现区块链的影子，越来越多的技术革新在区块链技术上出现。

产业互联网时代的发展新模式不再是资本驱动，而是内生驱动

如果在当前这样一种情势下，我们依然依靠资本的方式来驱动自身的发展，带来的必然是不可持续的发展。现在很多依然依靠资本驱动的玩家之所以遭遇发展困境，其中一个很重要的原因就在于此。

其实，当产业互联网时代来临，区块链的发展模式业已发生了本质的改变，从简单的资本驱动，改变成为源生的内生驱动。

笔者一直有一个观点，即真正意义上的区块链玩家从来都不是缺钱的，只有那些尚未找到合理的商业模式的玩家，才会把资本当成是驱动自身发展的源生动能。

当产业互联网时代来临，以区块链为代表的新技术对于产业的影响开始变得深度和全面，这个时候，区块链其实已经可以脱离资本独立行走，并且可以找到属于自身的发展模式。

当区块链逐渐成熟，内生的动能开始取代外部的资本驱动成为新的发展动能。

这种内生的动能是基于对于传统产业的深度改造所实现的，而内生的动能带来了传统行业的效能提升，逻辑的再造和升级。

此刻，区块链找到了自己的位置，同样开启了全新的发展新时代。

当区块链与数字货币分野，它的技术属性开始变得愈加明显。

这其实是区块链行业的发展开始进入到新阶段的标志。

从深层次上来看，区块链的这种发展趋势其实是与产业互联网的趋势相一致的。

当我们真正把握了产业互联网时代的区块链发展新模式，才算是真正抓住了新的发展风口。

产业互联网，业已成为区块链与数字货币的分水岭。

谁是直播带货的接棒者？

不得不说，直播带货的风靡的确让电商重新焕发了“第二春”，原本沉寂的用户在直播带货的刺激之下，开始重新活跃了起来。

时至今日，直播带货已经从传统意义上的“网红直播”蜕变成“全民直播”，当它与电商行业结合，更是让这种势头变得突出和明显。

大型电商平台在背后推波助澜，商户、企业的倾力加持，网红、明星、企业家等流量体的持续加入，特殊极端情况的催化都让直播带货热度不减。

于是，一场以直播带货为策源地的电商发展新阶段由此开启。

表面上，直播带货的确让业已日薄西山传统电商模式有了复苏的迹象，甚至还造就了一个全新的行业风口，互联网巨头、投资机构投身其中，但是，这种以流量为终极导向的发展模式终究会因为流量的见顶和增长乏力而陷入困境。

所以，直播带货仅仅只能在某种程度上延缓电商退场的步伐，让电商行业出现短暂的回光返照，却无法真正解决电商行业更深层次的矛盾。

一旦流量红利不再，直播带货同样会被束之高阁。

寻找直播带货的接棒者，才是确保电商行业的发展真正开始进入到全新阶段的保证。直播带货，仅仅只是催化剂而已。

笔者曾经将直播带货定义成为一个电商平台去中心化的过程，即将传统电商模式下以电商平台为中心的发展模式，转变成为以直播平台为中心的发展模式。

尽管都是“中心”，但是，这个中心的本质已经从“S”端变成了“B”端。

这其实是一个下沉的过程。通过这种

下沉，电商平台对于用户的影响力进一步加大，从而让用户的活跃度得到了进一步提升，电商行业便呈现了复苏的迹象。

需要明确的是，如果直播带货仅仅只是以去中心化的方式来实现对于流量的精准影响，而并不去真正解决电商行业本身的真正痛点和难题，风靡一时的直播带货或许仅仅只是一个短暂的风口，转瞬即逝。

当直播带货业已进入到收官的阶段，我们需要找到它的接棒者，才能继续发展。

对于为什么说直播带货业已进入到收官时刻，笔者曾经在一篇文章里进行过详尽的阐述，在这里不再赘述。

今天，我们更加应该思考的是谁是直播带货的接棒者？谁将继续推动电商行业继续向前发展？

直播带货是一个诞生于移动互联网时代的物种——直播与电商行业深度结合的产物，这个产物经过多年的孕育，在今年的特殊时期得到了释放，一度成为人们实现新发展的突破口。

因此，直播带货并不是什么新鲜物种，它仅仅只是建构于传统技术、传统模式下的传统物种而已。

在新技术、新模式风靡的当下，替代者必然会出现，直播带货必然会退场。

可以预见的是，以零售数字化为代表的物种将取代直播带货，成为驱动行业发展的全新动能。

零售数字化将成为直播带货的接棒者。

正如上文所说，直播带货仅仅只是以一种渠道下沉的方式实现了对于用户的激活，并未真正改变电商行业的本质，更加没有改变零售行业的供给端，撮合和中介依然是直播带货的本质。

这是很多人将直播带货定义为库存倾销的根本原因所在。

然而，对于直播带货的这一诟病并不能够改变它对于电商行业积极主动的促进作用，从某种意义上讲，直播带货的确起到了驱动电商行业新一轮发展的效果。

看看直播带货上千万，甚至破亿的销售额，看看主播们卖力的推销，看看电商平台持续活跃的亮眼表现，我们都可以非常明显地感受到这一点。

所以，尽管从表面上来看，直播带货是诞生是互联网时代的直播与电商深度融合之后的产物，但是，它更像是从电商时代迈入到新零售时代必然要经历的阶段。

正是经历了这样一个阶段之后，电商时代才能实现向新零售时代的完全蜕变。

简单地将直播带货定义成为电商行业的营销新方式，显然是有些太过狭隘了。

站在新零售的角度来看直播带货本身，才能真正明确直播带货的作用，并且可以找到直播带货的真正接棒者。

除了直播带货本身的“带货”的功能之外，其实，直播带货的更多的功能和作用体现在对于零售行业上下游的打通和衔接上面。

以新零售的角度来看，直播带货更像是一个衔接线上和下游的桥梁和纽带，这与新零售打通线上和线下的本质其实是有着某种相似之处的。

那么，直播带货是如何实现上游和下游的打通的呢？

这其实就需要为上游和下游找到彼此都可以接受并且相互认同的表达方式和方式，数字无疑是一个主要方面。

当数字化逐渐风靡，特别是当数字化对

于零售行业的改造开始变得深度和全面之后，直播带货的更大的功能和作用其实早已不再仅仅只是停留在“带货”上，而是深入到了更深层次的“带数”上。

这里的“数”，其实就是零售行业上下游的数据，以及基于这些数据衍生而来的对于产业上游的生产、设计、制造、营销等环节的深度改造，对于产业下游的消费、体验等环节的全面优化。

从这个角度来看，未来直播带货的重点必然将会从简单、直接意义上的“带货”转移到深度、全面意义上的“带数”上。

由此延伸开去，以数字化零售为代表的新发展模式将会取代直播带货成为驱动电商行业新一轮发展的新动能。

当数字化零售时代来临，电商行业的发展将会朝着新零售的方向迈向坚实的一步，传统意义上仅仅只是基于传统模式下的电商优化升级将会变成基于新模式下的电商深度转型，新零售时代将会真正从理想照进现实。当直播带货的发展进入到盖棺定论的时刻，我们需要更多地去思考谁会是它的接棒者的问题。

仅仅只是将直播带货看成是“带货”的方式和手段，而没有将直播带货置于电商和新零售的大环境里来思考，所谓的直播带货仅仅只是一种简单的营销手段，除此之外，便没有任何意义。

看清直播带货背后的“数字化”标签，并且将直播带货定义成为衔接产业上下游的桥梁，我们才能真正梳理出一条清晰的直播带货发展路线图。

此刻，数字化零售成为直播带货的接棒者，便不再是天方夜谭，而是变成了顺理成章。