

电商远未过时，仅仅只是有了新的开始

长期以来，人们一直都在用电商过时的话题来鼓吹以新零售为代表的相关概念，并且期望以此来开启一个全新的时代。

正是在这种论调的蛊惑之下，整个市场都开始转向新零售，无论是资本市场，还是互联网巨头，无一幸免地加入到了新零售的发展漩涡之中。

尽管电商的发展势头的不如以往，但是，我们并不能因此就否定电商，否定以往的自己。

其实，所谓的电商时代远未结束，仅仅只是电商开始以另外一种全新的形式开启了全新的发展历程。

这种全新的形式不再是以流量为主要驱动力，而是开始以留量为主要驱动力。

所谓的留量，其实就是基于现有的存量用户来寻找新的发展机会，换句话说，电商行业的发展业已进入到了存量竞争的发展阶段。

在流量时代，比拼的是玩家们获取流量的方式和手段。

在这个过程中，主要考验的是营销和运营能力，即使不投身到产业的运作过程当中，我们依然可以通过烧钱补贴、运营营销的方式来尽可能多地获取流量。

在留量时代，比拼的是玩家们相对稳定的存量生态体系里转化流量的能力。

在这个过程中，我们再去用烧钱和补贴的方式已经无法起到立竿见影的效果。

如果借助新技术、新模式，挖掘电商行业本身的发展潜能，如何在存量用户当中找到尽可能多的发展机会，成为发展的关键所在。

我们在谈论电商时代过时的时候，仅仅只是那种依靠流量收割为主导的发展时代过时，以赋能产业和消费升级为代表新电商时代则正在像七八点钟的太阳一样，正冉冉升起。

因此，所谓的电商时代业已过时，新零售应当取而代之的做法，或许仅仅只是传统电商玩家为了告别传统发展模式进行的概念的转变而已，实质上，他们依然在做着优化电商的工作，只不过是他们将这种改造称作“新零售”而已。

当有关电商的未来走向究竟是新零售，还是新电商尚未有一个明确的结论时，我们要做的或许并不仅仅只是纠结于此，而是要找到新零售和新电商下的共性，通过这个共性来找到行业未来的发展新方向。

具体来看，新零售和新电商的共性，主要体现在如下几个方面：

首先，无论是新零售还是新电商都旨在达成供求两端的对接。

电商模式之所以不受待见，其中一个很重要的原因在于利用它，人们无法实现供求关系的对等。无论是B端用户，还是C端用户，几乎都在逃离电商行业。

我们看到的用户的沉寂，商家的逃离几乎都是在这样大背景下出现的。

为了扭转这样一种发展颓势，我们必然需要新的商业模式来替代传统电商的发展模式，以新零售、新电商为代表的全新商业模式便是在这样的大背景下诞生的。

对于新零售来讲，它是一个将B端用户看成是新的目标对象的存在，玩家们目的是通过对B端用户的生产方式和供应方式的改造来实现产生新的产品和服务的目的，最终实现的是满足消费升级的用户需求的最终目的。

对于新电商来讲，它是一个将B端和C端的供求通过新技术、新模式的方式来进行撮合。

不过，这种撮合与传统电商的撮合是存在一定的区别的，传统电商的撮合和中介建立在烧钱、补贴为代表的大水漫灌式的发展方式上，新电商则是通过对于新技术、新模式对B端和C端进行深度改造，然后再寻找两者结合的可能性。

可见，虽然新零售和新电商在名称上不尽相同，但是，它们的目的其实都是为了让供求两端再度达成对接。从这个角度上来讲，新零售和新电商的终极目的其实是一样的。

其次，无论是新零售还是新电商都在寻找新的驱动力。

电商是衍生于互联网技术之上的物种，它的发展基本上是依靠互联网技术的底层驱动力来实现的。

互联网技术的最大的功能和作用其实就在于去中间化上，它并未真正去改变行业本身。

所以，这种以互联网技术为底层驱动力的发展方式仅仅只能在流量红利尚未见底的大背景下有效，一旦流量红利不再，建构于互联网技术之上的电商必然会遭遇困境。

当下，电商行业遭遇到的发展困境，正是在这种大背景下出现的。

以新零售、新电商为代表的传统电商的接棒者同样是在这样一个大背景下出现的。

传统电商遭遇到的困境和难题告诉我们再去简单地用互联网技术做上下游的去中间化，而不去深度改变行业本身，所谓的

发展必然会遭遇前所未有的困境和难题。

寻找新的驱动力，成为一种发展的必然。

有一个现象值得我们注意，即，新零售、新电商的改变提出之后，我们看到的是一个以大数据、云计算、区块链和人工智能为代表的新技术不断出现的时代。

换句话说，新技术成为建构新零售、新电商的“骨架”，成为驱动电商再度进化的内在驱动力，原本那些用互联网技术无法解决的痛点和难题，需要借助这些新技术的方式来实现。

从这个角度来看，无论是新零售，还是新电商其实都在放弃以互联网技术为底层驱动力的发展模式，转而选择以大数据、云计算、区块链和人工智能为代表的新技术作为新的驱动力。

这其实是新零售和新电商的另外一个共性。

再次，无论是新零售还是新电商都在从平台转向垂直。

在传统电商时代，几乎所有的模式都是以平台模式为主的。无论是在零售领域，还是在金融领域，甚至是在教育和医疗领域，我们都看到了一个又一个的平台诞生。

搭建一个平台，然后将行业当中尽可能多的元素全部都聚拢到一个平台上来进行撮合和对接，成为一种主流。

因此，在传统电商时代，平台模式是主流。

当行业当中的所有元素全部都集中到了平台上面，行业的发展实现了从线下向线上的深度转变之后，我们再去简单地用平台模式来作为主流的商业模式开始遭遇到越来越多的发展困境。

因为平台模式发展的一个终极结局是大鱼吃小鱼，最终所有的资源几乎被集中在为数不多的几个头部平台上，进入到难度和壁垒越来越大。

另外，仅仅只是用平台模式做撮合和对接，并不能够真正解决行业发展过程当中的痛点和难题，最终所谓的平台模式其实变成了一种收割红利的存在，想要真正改变行业的痛点和难题，必然要走向垂直。

以新零售、新电商为代表的新物种，其实就是在这样一种大背景下诞生的。

所谓的垂直，其实就是要把自己当成是行业的一份子，而不是一个抽离于行业之外的存在。

我们看到的传统电商巨头们所打造的金融、物流、场景等新元素，其实都在把自己

塑造成为行业的一份子，而不再是一个事不关己高高挂起的局外人。

从这个角度来看，无论是新零售，还是新电商其实都在从传统意义上的平台模式，转变成为深入到行业的不同流程和环节当中的垂直模式，通过这种模式，真正去把握行业的发展动向，真正去找到破解行业真正困局的解决之道。

复次，无论是新零售还是新电商都是产业互联网的一种。

我们都知道，伴随着新零售和新电商的概念出来的，其实是产业互联网的概念。产业互联网的概念，更多地是以消费互联网为对标的。

从表面上看，产业互联网和消费互联网仅仅只是在“产业”和“消费”上的差异，实际上，产业互联网和消费互联网是完全两个不同的概念。

第一，产业互联网和消费互联网的用户群体是不一样的。产业互联网的用户群体是B端，消费互联网的用户群体是C端。

第二，产业互联网和消费互联网的商业模式是不同的。产业互联网的商业模式是S2B模式，消费互联网的商业模式是B2B模式。

第三，产业互联网的盈利模式是不同的。产业互联网的盈利模式是通过赋能和服务来实现的，消费互联网的盈利模式是通过撮合和中介来实现的。

如果我们将传统电商看成是消费互联网时代的产物，那么，新零售和新电商则是产业互联网时代的产物。

正是因为如此，虽然新零售和新电商的概念不同，但是，它们从本质上来看同属于产业互联网的一种，遵循的是产业互联网时代的发展套路。

当电商时代的红利逐渐见顶，我们看到的是一场以新零售、新电商为代表的全新时代的来临。

资本的追捧、巨头的差距给人一种错觉，即电商时代彻底终结，新零售、新电商时代开始来临。

其实，这种看法是完全错误的。所谓的电商时代并未结束，它仅仅只是以另外一种全新的形式继续存在着而已。

因此，无论是新零售与电商的彻底隔绝，还是新电商与电商的一脉相承，从某种理论上讲都有他们存在的道路。

总之，电商远未过时，仅仅只是有了新的开始而已。

缺少金融底色的数字科技没有意义

互联网金融的乱象让人们在探索金融进化的新方向时变得谨小慎微，撇清与金融的关系成为一种必然选项。诚然，这种以放弃金融为代价的全新发展模式的确可以带来暂时的安定。

然而，如果仅仅只是一味地隔绝与金融的联系，所谓的进化或许便不再是金融的一种，那么，这样的进化也不再有任何意义。

因此，发端于金融的数字科技要做的，不是一味地割断它与金融的联系，而是应该更多地去思考让金融更好地回归金融的方式和方法。

这一点，我们可以在互联网金融身上找到“反面教材”。

互联网金融之所以出现如此多的乱象，正是因为它脱离了金融的原始本义，简单地将互联网金融看成是一个互联网物种来看待。

最后，所谓的互联网金融不再是金融的一种，而是变成了互联网的一类。

基于这种逻辑，互联网金融遭遇困境的根本原因并不是因为它做了金融，而是因为它距离金融越来越远，最终把自己变成了一个非金融的物种，即互联网物种。

当我们思考互联网金融的接棒者是谁的时候，不应该是撇清后来者与金融的一切关系，而是应该更多地去思考让金融更好地回归金融的方式和方法。

现在，绝大多数的数字科技玩家对于自身的定位是一个改造者和一个赋能者的身份，即他们超脱于金融行业之外，将金融行业的银行、证券、保险等传统类型的金融形态，甚至是以互联网金融为代表的新金融形

态看成是一个改造对象，通过新技术来对它们进行深度的赋能和改造。

不可否认的是，这种方式在产业互联网的概念风行的时代的确存在一定的发展潜力，甚至还有可能会抵消因互联网金融遭遇困境失去的发展机会。

但是，如果仅仅是将自身定位成为一个改造者和赋能者，而不去主动地参与到金融的实际运作过程当中，所谓的数字科技或许仅仅只剩下科技本身，而不再是金融的一种。

从这个角度来看，在数字科技时代，回归金融本身，远比抽离于金融本身更加重要。

当然，这里所讲的回归金融本身，并不是继续做那些互联网金融做过的事情，而是应该去寻找金融参与金融的正确方式和办法。

按照传统的逻辑，金融行业参与社会经济运行的方式和方式是通过资本的方式来实现的，货币是金融在这个过程中主要的表现形态。这种特征即使是在互联网金融时代依然没有发生彻底改变，于是，我们所看到的互联网金融其实仅仅只是换了一个运行的场景而已，本质上并未发生根本改变。这是互联网金融始终无法跳出传统金融发展模式的根本原因所在。

当数字科技时代来临，我们真正应该思考的不是继续在传统金融的程式下运行，而是要在找到新的表现形态的前提下探索金融运作的新模式。

经历了互联网时代的洗礼和培育之后，以人、财、物为代表的看得见、摸得着的传统

的生产资料已经发生了深刻而又全面的改变，以数据为代表的新的生产资料开始成为新的表现形态。

所谓的数字科技时代，其实就是要找到一个以数字、数据为底层表现形态的全新的运行逻辑。

这个全新的运行逻辑不再仅仅只是像互联网金融那样从线下向线上的场景的迁移，而是更多地表现在对于新的生产关系和新的运行逻辑的改变上。

互联网金融时代建构在互联网技术的现实让金融的进化仅仅只能局限在去中间化上的改变上，虽然这些改变可以在一定程度上提升金融行业的运行效率，但是，这种效率的提升是建立在盲目地去去除中间流程和环节的基础上。

须知，有些中间流程和环节对于金融行业来讲是至关重要的，盲目去除会让金融行业的风险陡增，互联网金融的乱象便是在这样的大背景下出现的。

这是由互联网技术本身的劣势所决定的。

当数字科技时代来临，无论是金融行业的内在元素，还是底层的驱动技术都发生了深刻且本质的改变。

在数字科技时代，金融行业的运行效率的提升不再仅仅只是像互联网金融时代那样简单粗暴的去中间化来实现，而是通过重整和重构金融行业的运行体系和逻辑来实现。

所以，在数字科技时代，我们要做的不是一味地割断与金融的联系，而是要找到更好地回归金融的正确方式和方法。

因此，数字科技时代的正确发展之道并不在于割裂与金融的关系，而是要找到回归金融的正确方式和方法。

如果我们仅仅只是站在改造者和赋能者的角色来看待数字科技的发展，那么，我们就只能成为一个解决方案的服务商，而无法变成数字科技的一份子。

真正意义上的数字科技玩家是一个能够将金融的新表现形态进行重塑和重构，并且形成全新物种的玩家，它的终极表现形态不是一套解决方案，而是一种全新的金融形态。

所以，那些仅仅只是将自身抽离于金融行业之外，但却无法找到一种完美的回归金融本身的方式和方法的所谓的数字科技玩家并不是真正意义上的玩家，他们依然还活在互联网金融的阴影之下。

只有那些找到了数字科技时代正确回归金融行业的方式和方法，并且衍生出来了全新的金融形态的玩家，才是真正意义上的数字科技玩家。

当数字科技的浪潮汹涌来袭，我们看到的是一个数字科技为主流的金融发展新模式。在这股全新的浪潮里，我们看到的是越来越多的玩家将自身标榜成为数字科技的标杆。然而，互联网金融的影响让很多的玩家极力撇清与金融之间的关系，虽然这种方式可以躲避监管，但是，同样让数字科技距离金融越来越远，最终让数字科技变成了一种科技的范畴，不再是金融的一种。

当数字科技与金融彻底绝缘，抑或是成为金融的解决方案，所谓的数字科技早已失去了原有的内涵和意义，变得一文不值。