比特币越上涨，区块链越纯粹

比特币价格越上涨，区块链越纯粹，这是我对于当下区块链行业的基本判断。对于这个判断并不是每一个人都表示认同的，我身边就有很多人认为，比特币的价格上涨再次证明，数字货币是区块链的唯一且有效的应用。如果这一判断是在我们刚刚认识比特别，刚刚认识区块链的时候说出来的，尚且可以理解。但是，如果在经历了数字货币和区块链的深度洗牌之后，人们依然做出如此的判断，我只能一笑置之。

之前，我曾经在一篇文章当中说过，比特币的价格越是上涨，它距离一种收藏品的价值就越是接近。如今，我依然抱有这样的判断，当比特币的价格冲击3万美元，甚至4万美元关口的时候，只能说明人们越来越多地将比特别看成是一种投资渠道，而不是把它当成是改造传统货币体系的工具。当比特币的价值仅仅只有收藏意义的时候，如果它的价格还不上涨倒是不正常的了。所以，当比特别价格开始上涨的时候并不能说明什么，它只能说明比特币与区块链的分野将会逐渐明显，以后，比特币作为区块链技术的一种应用将会越来越纯粹，而人们对于区块链的看法同样将会趋于理性。

因为当比特币的价格还不高的时候，人们尚且存在参与的机会，于是，人们会把比特币看成是一种造富的工具而参与其中。但是，当比特币的价格不断上涨，人们的参与机会越来越少，比特币不再是人人都可以参与的造富游戏，而是彻底沦为了一种投资品和收藏品。这个时候，人们便开始寻找区块链在数字货币之外更多的应用场景，于是，区块链作为一种技术的标签将会越来越浓重。从这个角度来看，对于那些想要在比特币市场当中爆富的人来讲，比特币的价格上涨对他们来讲是一个好消息，而对于那些真正将比特币看成是区块链的母体的人来讲，比特币的价格上涨同样是一个好消息，因为当比特币的价格开始上涨，区块链的技术属性就会越明显。

事实上，早在比特币的价格突破三万美元，甚至四万美元大关的之前，国内市场上的玩家对于区块链的认识早已开始变得理性，越来越多的玩家投身到了区块链技术的研发和创新当中。所以，纵然是在2020年这样一个特殊时期，我们依然看到了区块链技术的蓬勃发展以及一系列区块链新应用的不断开花结果。除了以食品溯源、版权保护等传统的场景应用之外，我们还看到了区块链在电子签名、法律法规等新场景当中的应用。这说明什么？这说明区块链的技术开始在越来越多的场景当中发挥效力，原本附着在区块链身上的数字货币标签开始被一点一点地撕掉。

如果说区块链技术在新场景当中的应用不断打开了传统应用场景上的枷锁的话，那么，比特币价格的上涨则让人们看到了区块链技术广阔的未来。第一个原因是，比特币价格上涨说明只要我们可以把区块链技术完美地应用到新场景当中，就算是我们不炒币或者ICO，我们同样可以获得其他方面的“财富”，比特币这种缺少了实体经济支撑的区块链应用都可以获得如此巨大的增长，如果我们找到了实体经济的支撑的新应用，它带来的想象力或许要比比特币带来的想象力还要广阔。

第二个原因是，比特币的价格上涨同样让我们更加清晰地看到了数字货币与区块链的本质，让我们更加坚定了将区块链应用到更多的场景当中，寻找更多的发展可能性的决心。如果我们仅仅只是把区块链技术应用到数字货币身上，一味地把区块链技术与数字货币深度绑定，那么，区块链的发展势必会走入到和比特币一样的死胡同，即仅仅只是一种收藏品，而不再会有现在这样如此多元且全面的应用场景。

可见，当比特币价格不断上涨的时候，并不是说明比特币是区块链的唯一且有效的应用，而是说比特币阻碍了区块链技术在更多场景当中的应用。如果我们一味地为了一己私利，甚至为了割韭菜而将比特币与区块链深度绑定，或者用比特币的价格上涨来印证区块链技术的本身所蕴藏着的巨大能量的话，那么，非但无法促进区块链的健康成长，甚至还将会把区块链技术的发展带入到更加困难的发展境地里。

所以，这就更加印证了文章开头我的那个判断，即比特币价格越上涨，区块链就越纯粹。由此，我们可以预测到未来区块链行业将会出现几个比较纯粹的发展方向。具体来看，主要分为如下几个方面：

第一，区块链作为技术的属性将会越来越纯粹。一直以来，人们对于区块链和数字货币的认识始终都是模糊不清的。刚开始的时候，人们甚至将数字货币与绑定在一起，他们认为所谓的数字货币，其实就是区块链，所谓的区块链就是数字货币。离开了数字货币，区块链就无法生存。正是因为如此，我们才看到了区块链被人们所认识的时候，出现了那么多的数字货币，并且人们用数字货币来收割韭菜。随着比特币的价格上涨，人们看到的是区块链最为“成功”应用的终极归宿——收藏品。如果我们还将区块链与数字货币深度相连，甚至孤注一掷地将数字货币看成是终极应用，那么，比特币的今天，就是这些玩家们的明天。反过来，我们应该看到的是所谓的区块链其实就是一种技术，比特币就是区块链的一个应用场景，它的属性是越来越纯粹的。

第二，数字货币的虚拟属性越来越纯粹。我们都知道比特币的价格突破了三万美元，甚至四万美元的关口，但是，我们却不知道这个价格背后到底是什么在支撑？是实体经济吗？不是。是权威背书吗？不是。那么，在如此高的价格背后究竟是什么呢？说白了是看不见、摸不着的，是虚拟的东西。所以，当比特币的价格越是上涨，它的虚拟的属性越是清晰，越是无法掩盖。

如果我们一味地去追求一种虚拟的东西，而忽略了真实应用带来的发展时，所谓区块链或许永远都仅仅只是一个孤立且封闭的存在，无法更多地惠及到其他更多的行业，更加无法促进实体经济的发展。换句话说，无论是数字货币还是区块链，我们都需要与实体经济深度融合，而不能仅仅只是一味地为了追求虚高的价格，而忽略了对于实体经济的赋能和改造，只有真正实现“虚”“实”结合，区块链的未来才能走得更远。

第三，区块链与数字货币之间的关系越来越纯粹。正是因为人们一直都没有理顺数字货币与区块链之间的关系，所以，才会让那么多的空气币出现，才会让那么多的人受了蒙蔽。当比特币的价格不断上涨，我们看到的是比特币作为区块链的一个应用终极目的地其实就是一种收藏品而已。

同时，我们同样要看到的是区块链仅仅只是一种技术，比特币仅仅只是一个很小的应用而已。这个时候，区块链与数字货币之间的关系开始变得越来越纯粹。当区块链与数字货币之间的关系越来越纯粹的时候，人们受到受到蒙蔽的机会将会越来越少。从另外一个层面来看，区块链行业的发展将会进入到一个全新的发展阶段。于是，这就更加印证了我的另外一个判断，即区块链和数字货币的分野将会开始越来越多的出现。

未来，所谓的区块链将会是区块链，数字货币将会是数字货币，这种纯粹的关系将会把区块链和数字货币的发展引入到全新的发展阶段，即区块链作为一种技术将会在越来越多的场景当中开始出现，而数字货币作为一种货币将不再是区块链技术的唯一应用场景，并且它与实体经济，甚至与主流的货币体系之间的关系将会进一步厘清。

比特币的价格不断上涨引发了一场欢腾，再度点燃那些想要靠炒币发家的人的热情。然而，他们不知道的是，如果比特币的价格一直上涨，将会呈现一种怎样的一种状态，它还是当初中本聪所预想的那样吗？它还是那个挑战主流货币体系的存在吗？很显然，已经不是了。

反过来，当比特币价格不断上涨的时候，反而对于区块链来讲是一件好事，因为这种上涨的态势让人们对于区块链和数字货币之间的关系开始认识得越来越清晰，让人们对于数字货币的属性认识得越来越清晰，让人们对于区块链的认识越来越清晰。所以，这对于区块链来讲是一件好事情，而不会坏事情，只有真正认识到了这一点，我们才能理性看到这件事情背后的东西，而不仅仅只是一味地跟风，继续鼓吹比特币多么多么厉害，到最后和它一起成为一个“独立王国”。

土巴兔冲击A股：互联网家装进入新周期

近期，土巴兔冲击A股的消息不胫而走。对于沉寂已久的互联网家装市场来讲，这一消息无疑是一剂强心针。在很多人看来，随着互联网红利的不再，互联网家装市场的发展同样开始进入到新的发展阶段。在少了互联网光环的加持之后，互联网家装究竟可以走多远始终都是无法确定的。如果土巴兔可以在这样一个时点上市，无论是对于互联网家装来讲，还是对于家装行业来讲，都是一件非常值得我们去深度思考的事情。在互联网家装依然是一个资本关注的热门领域的时候，我们看到的是各式各样的互联网家装平台和公司的出现，而土巴兔作为互联网家装领域的明星公司更加是一直都在获得资本市场的持续关注。当移动互联网的浪潮涌动，人们经常会用独角兽来形容一家互联网公司的体量和发展潜能，而土巴兔则是互联网家装领域的独角兽。单单从这个称谓，我们就可以看出土巴兔在整个互联网家装领域里的重要地位。

资本市场对于土巴兔的关注并不是没有道理的。在土巴兔的平台上面，不仅有海量丰富的流量，而且土巴兔早就建构了一整套的家装的生态系统。可以说，家装行业的细枝末节，我们都可以在土巴兔的平台上找到注解。从这一点，我们就可以看出土巴兔并不是像其他的互联网公司一样仅仅只是看到了家装行业身上所聚合的流量，而是真正想要做一些事情去改变家装行业的。

同电商行业仅仅只是做简单的撮合和对接不同的是，土巴兔更多地考虑到的是业主和消费者的利益，它通过创新不同类型的互联网产品来保证业主和消费者的装修流程更加公开和透明。所以，我们不能仅仅只是将土巴兔定义成为一家严格意义上的互联网公司，而是因为将它定义成为一家深度参与到家装行业当中，并且真正去改变家装行业的产业公司。

对于土巴兔这样一家公司来讲，所谓的流量的见顶、资本的退潮是不会产生太大的影响的，因为纵然是没有资本的力量，土巴兔依然可以活得很好。当有了资本的助力时，土巴兔的发展是如虎添翼的，当没有了资本的助力时，土巴兔的发展是稳扎稳打的。正是因为如此，当有关土巴兔即将登陆A股的消息开始出现的时候，我们并没有必要感到特别惊讶，而是应该更多地认为这是一种顺理成章。

从某种意义上来讲，土巴兔登陆A股是有着非常明显的风向标意义的。这种风向标的意义并不仅仅只是局限在互联网的层面上，而是更多地反映在家装行业的层面上，特别是互联网家装的层面上。总的来看，土巴兔冲击A股，昭示着我们，互联网家装行业的发展正在进入到一个全新的周期。以流量为主导的互联网家装的发展模式彻底宣告终结，家装产业化进入到了一个全新的发展阶段。

那么，土巴兔冲击A股的背后，究竟有哪些方面的重要意义呢？

第一，土巴兔冲击A股，预示着以流量为终极追求的互联网家装模式彻底终结。从本质上来看，互联网家装模式同其他类型的互联网模式并没有本质上的区别，他们都是以流量为终极追求的模式。虽然有些互联网家装公司做了一些垂直型的尝试，但是，这些所谓的尝试的最终目的依然是为了获取流量的。

需要知道的是，家装行业并不是一个仅仅只有流量就可以玩得转的行业。纵然是有了海量的流量，但是，你却不了解家装行业，那么，就算是有再多的流量都仅仅只是一个数字而已。这是那么多的互联网家装公司到最后却无法存活的根本原因。

土巴兔就不同了。虽然土巴兔的平台上面有海量的流量，但是，我们需要看到的是土巴兔并不是一家为了流量而流量的公司，它是一家真正以家装行业的改变为终极追求的公司。当土巴兔冲击A股的时候，我们需要知道，在资本市场已经不再看中流量的时候，土巴兔的成功从另外一个角度告诉我们，那种以流量为终极追求的互联网家装模式的终结，而以深度介入家装行业为主导的全新发展阶段的来临。换句话说，如果我们依然以流量为终极追求，而不是站在家装行业的角度来思考问题，或许，我们永远都无法跳出互联网家装的怪圈，而与土巴兔之间的距离同样会越拉越远。

第二，土巴兔冲击A股，昭示着家装产业化时代将会来临。土巴兔之所以会有如此信心敢于冲击A股，并不是没有原因的。但是，有一点可以确定的是，土巴兔的信心绝不仅仅只是来自于自己在互联网时代所取得的成绩，更加重要的是，土巴兔真正是一家把家装当成是一个产业来看待的公司，所以，透过土巴兔，我们可以窥探到的是，未来的一个时期，将会是一个家装产业化所主导的时代。

在互联网时代，互联网家装行业同其他类型的互联网模式一样，比拼的是谁的概念新，谁的模式强，而在家装产业化时代，玩家们比拼的是谁扎得足够深，谁对于行业的理解足够到位。如果这两点做不到，即使是拥有了再多的流量都是没用的。当然，如果可以把流量和家装产业化结合起来，则更是非常厉害的事情了，而土巴兔无疑就是这样的一家公司。

从这个角度来看，我们同样可以看出的是，土巴兔冲击A股，其实就在告诉我们，土巴兔正是一家把互联网时代的优势与家装产业化深度结合在一起的存在。在家装产业化的路上，土巴兔再一次走在了行业其他玩家的前列。可以预见的是，随着土巴兔冲击A股，对于家装行业的认识将会进入到一个全新的阶段，即人们不再仅仅只是把家装行业看成是一个东拼西凑的存在，而是开始更多地从产业的角度来看待它。

第三，土巴兔冲击A股，检验着互联网家装玩家的成色。当互联网红利随处可见的时候，我们看到的是一场以收割红利为主要发展导向的浪潮的来临。虽然在这个过程当中，有像土巴兔这样的行业深耕者，但是，同样有滥竽充数者，他们仅仅只是把互联网家装看成是一种获取流量的手段，并不是真正要改变家装行业本身。

为什么土巴兔可以冲A股呢？其中一个很重要的原因就是因为土巴兔并不是和其他的互联网家装玩家一样仅仅只是把互联网家装看成是一个获取流量的手段，而是要做真正可以改变家装行业的事情。所以，从土巴兔冲击A股这件事情上，我们同样可以来看其他的互联网家装玩家，如果有些玩家仅仅只是把互联网家装看成是一种获取流量的手段，而不去看成是一个改变家装行业的存在，那么，他们是无法通过市场的检验的，特别是在现在这样一个更加关注家装产业的时刻，更是如此。

于是，我们就可以这么想，但凡是那些能够经受住市场的考验，但凡是那些像土巴兔这样可以深深扎根家装行业的玩家，才是未来真正意义上的玩家。如果一个玩家仅仅只是紧盯着流量，并且它的核心竞争力只有流量，那么，它是无论如何都难以走得长久的。土巴兔能够冲击A股，就说明它的发展足够稳健，它的发展不仅仅只是以流量为主导的，它的发展是有这一套属于自己，并且属于家装行业的深层次逻辑的。

有关土巴兔冲击A股的消息开始出现，并且是在这样一个资本寒冬的大背景下，其实对于业已步入寒冬期的互联网家装来讲是有着非常强的风向标意义的。如果在一个流量不再是唯一的衡量标准，而产业则是人们关注的主要目标的重要时刻，土巴兔可以冲击A股成功，那么，就说明土巴兔的发展模式并不是外界所认识的那样，仅仅只是一个以流量为主要驱动力的存在，而是有着更多其他方面的意义的。

正是这些其他方面的意义，才会让资本市场对于土巴兔依然青睐。同时，它同样告诉我们，以流量和平台为主导的发展模式开始走入到死胡同，真正迎接家装行业的将会是一个全新时代的来临，这个全新的时代，就是我们经常提到了家装产业化的时代。

同土巴兔在整个互联网家装行业都是一个风向标意义的存在一样，此次冲击A股同样是有着非常明显的风向标意义的。笔者将其定义成为一个互联网家装进入到新周期的重要标志，其实，或许远非如此，除了这一点之外，我想更多地应该是家装行业这个产业本身的东西。这个东西，才是我们应该关注的，也是土巴兔真正值得我们学习的。