

一个商业公司最大的价值是什么

在一次慈善晚宴中,比尔·盖茨遇见了美国著名的流行病学专家、前疾病控制中心主任威廉·福格。盖茨主动找他搭话,问,如果我们想要解决现在非洲还非常严重的疟疾问题,我们该怎么办?

福格在他的职业生涯中,曾经多次被类似盖茨这样的超级富豪询问,想做慈善事业。他们的方法,最后无非是向某个慈善机构捐出钱来,甚或不了了之。这一个,大概也不会有什么例外。

所以,他很敷衍地说,想要解决疟疾问题不容易。还是先做一些了解吧。他于是顺手给盖茨开了一个书单,其中包括疟疾的专业医学研究,还有一本1993年的世界银行报告,详细地列明了治疗和预防疟疾的费用。

然后,他就忘了这件事。

一个月以后,比尔·盖茨打电话给福格。他说,您给我的书单我都读完了,我是这么想的……福格很惊讶。他开始认真起来。那是比尔和梅琳达·盖茨基金会的开始。

就在那一年,比尔·盖茨基金会,投了10亿美元,开始在非洲进行疟疾的预防和治疗。今天,在非洲,尽管疟疾还没有完全被消灭,但是疟疾已经不再成为非洲人最恐怖的杀手之一。

盖茨和福格的联手,并不是只有钱和执行者的作用,而是比尔·盖茨事必躬亲的工作。

对于那些超级富豪而言,捐钱做慈善从来都不是一件困难的事情。但是所有人都知道,捐到慈善机构的资金,最后如果能够有30%被实际用在解决具体事情上,都已经值得庆幸。

而比尔·盖茨一手改变了捐献和执行慈善的规则。

当看见黄峥和创始团队成立的繁星基金会计划捐献给浙大1亿美元的时候,我想起了这件旧事。这是2005年《纽约客》所刊登的一篇报道。

黄峥,会成为第二个比尔·盖茨吗?

1.拼多多的价值

3月17日,黄峥提前发出了致股东信,宣布辞任董事长,并且表明自己未来的工作方向,将会重回科学研究。

这个新闻让整个市场颇有些莫名惊诧。黄峥还非常年轻,才41岁,而拼多多正在如日中天之时;2020年第四季度营收265.5亿元,同比增长146%;年活跃用户7.88亿,超过阿里巴巴的7.79亿,正式加冕中国电商之王。

我从来不会掩饰我对拼多多的欣赏,以及对它的前景的乐观。

整个世界的经济形态,从2008年之后,已经在逐渐的调整之中。全球化放缓乃至暂时的停滞,已经成为了一个不争的事实。中国从全面的外向型经济,开始强调内循环,也已经是一个必然。

21世纪头十年里那种以为整个世界会继续向前狂飙突进的势头早已衰弱,人们重

新认知到,无限增长只是黄粱一梦而已。

因而,在消费侧,重新回到理性和节俭,再次成为共识。而中国50%以上的人口月均收入在1000元左右的事实,更加让人们理解到,价廉物美,才是消费市场的真正本质。

而拼多多的崛起,恰逢其时地因应了这样的认知。它在3年之内从零到上市,是回归市场本质的必由之路。

然而,作为一个做新闻出身的媒体人,我从来不认为,一个商业公司最大的价值,是它的市值,也不是他的营收,甚至,并不是它的用户规模。

我对拼多多的欣赏,一直专注在两点:

其一,分布式网络。互联网的发展,从web1.0时代进展到web2.0,它的核心内涵,就是从中心式结构向分布式结构的疏散。

这种结构变化,才是互联网所带来的内在革命。从贵族到平民,从精英到民众,从控制到失控。分布式使以往世界一直以来的中心控制,到每个人都拥有了一个控制甚或主宰的可能性。

人人都以为,拼多多的成功是因为它的便宜,但是我认为,是分布式网络真正地成就了拼多多。它把一个构想,变成了商业实践。

其二,改变了产品流通的方法。在以往的任何一种商业模式,包括电商模式中,中介依然是普遍性的存在。一个农产品的生产者,必须通过层层商业中介,才能最后到达消费者。但是拼多多的模式,使任何一个农民,都能够便捷地实现从田地到餐桌的流程。

这个看似不起眼的流通结构变迁,才是真正打破价格魔咒的方法。我们有时候简直无法理解拼多多上的商品价格为何能够如此之低,而商家依然有利可赚,恰恰在于去除了中介利润,农民在成本价之上的略微浮动,便能够获得足够的利润。而拼多多上规模化的用户,保证了他们对利润的充足控制。

一个商业机构的真正价值,从来都不是它能够产生多少利润,创造多少就业,获得多少用户,而在于它是否能够真正改变人们的生产方式,消费方式以及最根本,生活方式。

但是,很遗憾地。这也不是它们的终极价值。

获得诺贝尔经济学奖的美国学者保罗·克鲁格曼认为,人类的经济史的真正转变,是从18世纪开始的。

从那之后,有多少曾经伟大的公司?洛克菲勒、卡耐基、罗斯柴尔德……但是,江山带有人才出,各领风骚数百年,20年之后,50年之后,拼多多还会是那个时代伟大的公司吗?恐怕未必。

每个时代都有它自己的伟大的人、产品、公司。在技术变化极其剧烈的时代,没有一个公司能够永恒伟大。

这就是历史。

2.慈善与隐士

中国文化中,有一个特别的面向:非常崇尚隐逸文化。

事了拂衣去,深藏功与名。

在金庸的小说了,十有八九都在讨论退隐江湖。令狐冲与任盈盈,张无忌与赵敏。中国的文人也是,范仲淹总在说,处江湖之远。

如果一个人总在风口浪尖上,人们就说他恋栈。

到了现在也一样。人们热衷于讨论那些全身而退的首富:陈天桥、史玉柱……

我经常主动去看比尔·盖茨的新闻,看看他到底又做了什么,又有什么改变世界的故事。比尔·盖茨从微软的前线退出之后,比他在任上更加精彩。

类似的人还有谷歌的创始人谢尔盖·布林,已故的英特尔创始人安迪·格鲁夫。

他们都是急流勇退,在公司如日中天的时候退出了经营的前线。但他们并不是退隐江湖。我猜想他们归隐之后的生活,大约并不会比在任上更加悠闲。

比尔·盖茨成年累月流窜在包括非洲、东南亚美洲的各个地方,研究各种改变世界的药方,一会儿是疾病,一会儿是净水,一会儿是厕所。

这是隐逸文化的更高层次。创造财富与伟大的公司,都不足以让一个人真正伟大,而只有改变世界的理想,才能真正让一个人、让一个公司伟大。

我们不必虚伪地认为,财富不重要。财富恰恰是非常重要的。因为如果不是微软成为一个巨富的公司,比尔·盖茨如何可能耗资巨亿,去研究如何消灭疟疾?

但是比尔·盖茨如果没有把从微软获得的财富,变成了改变世界的药方,那么微软所带来的财富,如何可能成为伟大?它不过是千百年来历史中的一段风尘云烟罢了。

我不知道有多少人认认真真去看过黄峥的股东信。

他离任的第一个理由是:“行业竞争的日益激烈甚至异化让我意识到这种传统的以规模和效率为主要导向的竞争是有其不可避免的问题的。要改变就必须更在更底层、根本的问题上采取行动,要在核心科技和其基础理论上寻找答案。”

所以,我以为,他的理解是:拼多多是一家成功的公司,但还不是一家伟大的公司。

所有的公司都受制于当下的环境与态势。拼多多自然也不例外。在一个高速增长、一切惟发展论的基础之上,拼多多不面对竞争对手与市场是不可能的。这个市场上所有的缺陷,都会镜像反应在拼多多之上:效率与规模的渴望与冲动。

在这样的市场冲动和制约之中,拼多多并不能逃脱诟病:一直困扰中国电商平台的假货问题在它身上同样体现,超高速发展所带来的中国互联网公司的工作“996、007”文化,拼多多也概莫能外,甚至现在中国市场所普遍被忽略的商业伦理,也都能同样在拼多多身上找到影子。

而一个伟大的公司,应当是从容的、人

性的、温和的。它更加关注的应当在于对世界和生活方式的改变,而不是规模的扩张与市值的增长。比如谷歌。

从这个角度上说,我以为黄峥并不是退隐,而只是换了个工作岗位。就好像谢尔盖·布林,从董事长变成了研发部门的领航员。

或者说,这才应当是这个时代隐逸文化的发展:从一个竞争性状态中,进入到一个更加关注人类自身的状态中。

3.一个科学家

但黄峥最有力的话,也许是他离任信的最后一段:“小时候,老师问我们长大了想做什么,我和很多人一样说想成为科学家。而今一晃已过不惑之年了,想成为真正的科学家也许已经不太可能了,但如果我努力,把中学里最喜欢的化学、大学里学的计算机、工作中学习的经营管理结合起来,我天真的想,说不定也能再做出点有意思的事儿。成不了科学家,但也许有机会成为未来(伟大)的科学家的助理,那也是一件很幸福的事儿。”

我们这个时代里,对于财富的梦想,已经逐渐成长为最庞大、吞噬一切的梦想了。许多曾经风靡一时的儿时梦想,例如文学家、科学家、艺术家的梦想,已经逐渐都湮灭在成为亿万富翁的梦想之中。

这是时代的庸俗化。

但这可能也是一件无奈的事情。全球化的全称叫做“全球经济一体化”,它已经定义了这个时代的关键词:经济。

但是如果人类被困顿在经济和增长这样的魔咒中,这个世界不会变得更加美好。过去这些年的人类财富增长所带来的负面效应,足够抵消掉它的增长;环境恶化、公正的衰弱与伦理的堕落。

但是如果说我们仍然心怀希望的话,那么就是因为比尔·盖茨的慈善是改变世界的疾病地图,谢尔盖·布林在改变世界的技术图景,和伊隆·马斯克在向火星发射火箭:毕竟,还有人觉得,世界和人类的幸福更加重要。

黄峥和繁星基金会在它的新闻稿中说,1亿美元将用于“计算+生物医学”、“计算+农业食品”和“先进计算”几个领域之中。

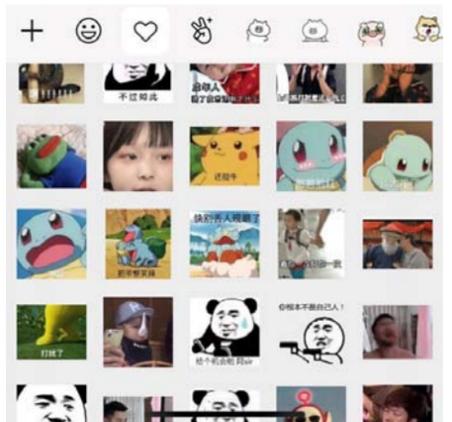
而这些,才是对于这个国家、这个世界而言,真正具有永恒价值的东西。它所能提供的不是赢利、股东价值、市值、用户等等这些注定将成为云烟的东西,而是改变:改变我们的餐桌、生命质量和我们的生活方式。

而这个中国最有钱的人,也能够给那些梦想拥有财富的人一个提醒:首富的名号不那么重要,重要的是,你创造了什么。

因而,作为一个平常和普通的人类,我僭越地对黄峥产生出一种期望,期望他真能够如同自己所言,去追求一种更加卓越的生活,去成为一个更加优秀的人。

我想,这样,拼多多才会是一个真正有价值的公司,而黄峥,会是这个时代中,我们最值得尊敬的企业家。

表情包上限999个不如它重要! 微信更新背后的社交野望



讯前段时间的发布2020年第四季度业绩报告显示,QQ智能终端月活跃账户数为5.95亿,同比减少8%,而微信及WeChat的合并月活跃账户数为12.25亿,同比增长5.2%。更重要的是,微信还处在不断进化状态,并在持续释放价值和潜力。像微信近日的更新,就凸显出自身影响更为深远的社交野望。

999个表情包+30秒视频:微信更新玩把大的

微信每一次更新,都会引发极大反应。毕竟有数以亿计的用户在使用微信,每一个改动或升级都会影响海量用户。但微信的每一次更新都不能让所有人满意,或是饱受诟病,或是“毁誉参半”。不过此次微信的更新,却迎来诸多掌声。原因在于,微信这次终于“顺从民意”。

其中一个重要更新,是自定义表情包上限提高到999个。一直以来,微信表情包都有保存上限,此前只是从最开始的150个提高到300个。但300个表情包远远不能满足很多用户的需求,一旦达到上限,看到新的表情包想下载只能“忍痛”替换原有的表情包。如今,表情包上限提高到999个,可以大大满足用户的“收藏欲”。斗图?再也不怕了。

另一个重要更新,则是朋友圈可以直接

发布30秒视频!我们都知道,过往微信朋友圈直接发布视频的时长上限为15秒,超过15秒的视频没办法直接发布。绕开“15秒规则”的办法通常只有两种:一是把视频放进收藏功能,再由收藏导入朋友圈,二是使用微信“捆绑”的微视,由其导入朋友圈。但这两种办法,都不是很方便。

而在更新之后,能够通过朋友圈直接拍摄或者从相册导入直接发布最长为30秒的视频。更贴心的是,如果通过相册导入的视频超过30秒,系统还会提供剪切功能。

针对用户的痛点,微信做了针对性的改进。看来,微信此次更新是玩了把大的。

社交野望,存于短视频之下

在微信此次更新中,自定义表情包上限提高到999个、朋友圈可发布最长为30秒的视频,是两个最为重要的卖点。而相对于好玩性质的前者,发布30秒视频对微信来说更为重要。甚至从某种程度上看,这一升级功能承载着微信在社交领域更大的野望。

一直以来,腾讯都习惯了在所涉足领域的顺风顺水。社交、游戏、投资、云服务等,莫不如此。但是近年来,短视频却逼成了腾讯的一块“心病”。面对抖音的咄咄逼人,腾讯只能步步退让。腾讯推出的众多短视频应用,都没溅起什么水花。即使是下重注的

微视,也只是小众应用。但腾讯的一退再退,却换来的是抖音步步逼近,甚至已经对微信的社交王者地位产生一定冲击。

不管是为了守住自家在社交领域的“江山”,还是助力腾讯开拓短视频市场,微信都责无旁贷。通过支持30秒的视频,微信是在借助自家的渠道,再度探索短视频领域。大胆猜想一下的话,未来微信还极有可能将朋友圈与个人视频号功能打通。届时,人人都能成为媒体创作者,直接在微信完成短视频分享。

守城、拓土,一举两得。微信的社交野望,就这样展露出来,并存于短视频之下。

战火不断,需持续奋进

在竞争激烈的互联网行业,不进就意味着退。即使是腾讯这样的巨头,微信这样具有垄断地位的应用,都得小心翼翼地应对各种潜在的危机。稍不注意,就有后起之秀对他们造成威胁——抖音就是很好的证明。

可以预见的是,社交领域不会永远一家独大。战火不断,方是常态。在这场不见硝烟却又无比惨烈的大战中,持续奋进成为生存的基调。未来的微信,或许将会演绎出更多精彩。只是希望,微信千万不要变得过于臃肿了。(科技新发现 康斯坦丁/文)