

消费平权：阿里与拼多多的新战场

当流量的红利见顶，人们开始寻找基于现有流量的发展新模式，消费升级的概念便是在这种大背景下出现的。伴随着消费升级的概念，以新零售、新制造和新金融为代表的诸多概念开始出现。尽管这种方式的确为我们讲述了一个美妙的故事，但是，相对于广大的下沉市场来讲，人们更加需要的是一场消费平权。

所谓的消费平权，其实是一个普惠的过程。即将一二线城市的用户业已享受到的产品和服务，可以通过一种全新的形式输送到三四线城市，甚至还要下沉的市场当中。另外，我们同样需要将原本在下沉市场的产品输送到一二线城市的用户手中。和消费升级仅仅只是单向上的发展不同，消费平权更加在乎的是双向上的流动。可以预见的是，以消费平权为切入点，供求两端的痛点有了全新的解决方案。

拼多多的崛起告诉我们，所谓的流量红利见顶可能是一个伪概念，真正意义上的流量见顶或许并不存在。因为只要我们找到正确的流量对象，只要我们可以满足用户的需求，所谓的流量见顶或许并不存在。一味地用固化的、孤立的视角去看待流量本身，只能把自己带入到全新的发展困局之中。以消费平权的视角来看待商业的发展，并以此熨平互联网时代的褶皱，所谓的发展红利或将持续存在。

消费平权，一次互联网价值的重塑

我们对于互联网价值的认识仅仅只是局限在撮合和中介的层面上，并且在很多时候仅仅只是将目光聚焦在一二线城市的用户和产品身上。以阿里、腾讯为代表的互联网巨头的形成以及各大行业当中头部公司绝对优势的建立让我们越来越多地意识到以撮合和中介为主导的发展模式的见顶。于是，越来越多的人开始重新认识互联网，甚至开始暗示互联网模式的诸多问题。

以拼多多为代表的新生力量的强势崛起告诉我们，所谓的流量红利见顶仅仅只是局限在特定的市场，特定的用户之上的，只要我们可以将目光转移到新的市场，新的用

户身上，我们所遭遇的流量瓶颈或许并不存在。消费平权，便是在这样一种大背景下诞生的。笔者认为，所谓的消费平权，其实是对互联网价值的一次全新重塑。

首先，消费平权将互联网价值从单向定义为双向。一直以来，我们所认为的互联网的价值就是一个单向的过程，即从供应商经过互联网平台到用户，并且在很多情况下，这种流动仅仅只是局限在一二线城市的市场背景之下。当消费平权的概念被提出之后，互联网的价值开始从单向转变为双向。

越来越多地价值被发现，以下沉市场的用户为代表的流量价值，以下沉市场的产品为代表的供应链价值都在这一刻出现。通过消费平权，互联网价值不再是一无是处的，而是有了更多新的可能性。以此为开端，互联网的价值不再仅仅只是停留在资本市场上，而是更多地延伸到了产业的细致末梢。

其次，消费平权正在重塑着人们对于互联网的原有认知。以往，人们在看待互联网模式，互联网物种的过程当中，同样是用资本的视角来看待的，即资本市场喜欢什么，玩家们就讲述什么样的故事。这是几乎所有的互联网玩家都在将融资和上市当成是自身终极目标的根本原因。

当资本红利存在的时候，以这种思路来迎合资本市场是有效的。这是我们在移动互联网的高潮期，之所以会有那么多的互联网项目拿到融资的根本原因。然而，等到资本红利不再，人们开始发展仅仅只是以这样一种方式来讲述故事已经不再奏效，我们需要从全新视角来看待互联网。

同消费升级迎合资本市场不同，消费平权更多是以产业的角度为切入点来寻找发展新模式的，当互联网模式对产业的影响足够深入之后，我们再去用消费平权带来的成果来去资本市场上讲述美好的故事。

再次，消费平权的本质是以互联网为对象的供给侧改革。一直以来，人们所认为的互联网就是一个提供撮合和中介的角色。但是，随着互联网发展的逐步深入，特别是

供给侧改革的提出，人们开始越来越多地意识到仅仅只是用传统意义上的互联网模式供应产品和服务已经无法获得新的发展。于是，我们需要对传统意义上的互联网供给方式进行深度的变革。

在这个过程中，我们不仅要改变传统的互联网供给方，而且还要重新认识互联网的需求方。按照一般理解，传统的互联网供给方是一个不断进化的过程，不断品牌化的过程，然而，市场当中真正品牌化的毕竟是少数的，如果我们仅仅只是将目光聚焦在这些品牌化的供给方身上，势必会失去一大批真正需要产品营销和推广的卖家。

另外，按照我们的理解，消费升级是必然的。因为这是一个对互联网产品本身不断升级的过程。然而，一味地进行消费升级，让我们失去的是那些并未真正被互联网覆盖到的人群。这些人群的需求并未得到真正满足，这些人群购买力并未得到真正释放，最终让经典意义上的互联网模式遭遇困境。当我们以消费平权的方式来重新看待互联网的时候，正是我们对互联网开始进行供给侧改革的时候。

消费平权：重塑着巨头，充满着机会

从表面上看，互联网市场的格局是确定的，无法改变的。然而，纵然是在这样一个铁板一块的情况下，我们同样看到以消费平权为代表的发展新方式，正在重塑着当下的互联网巨头的实力范围，同样正在给新加入者提供者新的机会。

从互联网巨头上来看。以消费平权为代表，我们看到的是那些看似已经固定的势力范围正在被瓜分。比如，在电商市场上，我们看到的是阿里巴巴具有非常强大的优势，但是，当消费平权时代来临，我们看到的是以拼多多为代表的新电商的玩家正在投身到下沉市场当中，不断挑战着阿里巴巴在下沉市场的地位；而在一二线城市，以京东为代表的玩家正在凭借它们的某种优势，不断寻找着新的发展机会。

从这个角度来看，虽然很多人都在说现在的互联网格局已定，但是，如果我们站在

消费平权的角度就会发现，其实，互联网市场的格局其实是没有固定的。拼多多的强势崛起就是一个生动的证明。

可见，以消费平权为切入点，新入局的玩家们不断挑战着传统巨头的地位，不断蚕食着传统巨头的市场，不断重塑着整个互联网市场的格局。从这个角度来看，消费平台更像是一场对于互联网格局的重塑，特别是对头部巨头势力范围的重塑，正是由于这种现象的存在，所以，我们才有理由相信现在的互联网市场一切都还未有定数，一切都有可能。

从新加入者来看。如果我们从新入局者的角度来看，消费平权更像是一场为他们打开新蓝海的钥匙。因为站在消费平权的角度，我们所看到的不再是一个铁板一块的市场，而是变成了一个充满了机会的市场。从这个角度来看，消费平权其实正在为我们打开和发现新的市场机会的。

这里的机会有不仅包含那些被传统互联网玩家看成是生命线的存在，而且还包含那些互联网的新物种。比如，新的供应商、新的角色和新的商业模式等等。如果不是站在消费平权的角度，我们是无法看到这些新的机会。对于新加入者来讲，这其实是一个噩梦。

消费平权的出现则为我们打开了这样一个新的视角，让那些新加入者同样有机会加入到新的战役里。在互联网市场看似壁垒深重的大背景下，我们依然可以看到很多新的发展机会。当消费平权的思维开始重塑了人们对于互联网的理解之后，新的蓝海或许将会出现。

同消费升级不同，消费平权为我们提供的是一个全新的视角。在这个视角下，我们看到的更多的是一场对于互联网价值的再认识和再深化。当这一发展趋势逐渐明朗，原本看似定局的互联网有了新的发展可能性，巨头们的地位正在被重塑，而对于那些新加入者来讲，则是一片充满了机会的新蓝海。

产业互联网，一场与互联网的诀别

以撮合和对接为代表的互联网平台模式红利的见顶，让越来越多的人开始寻找新的发展突破口，产业互联网的概念便是在这样一种大背景下诞生的。同经典的互联网模式不同，产业互联网时代的互联网模式更加深入，更加多元。对于经典互联网模式的执念，最终让产业互联网或多或少地陷入了流量的怪圈当中。因此，早期的互联网玩家基本上都在将获取流量看成是发展的终极目标，无论是以赋能还是以改造为出发点的模式，几乎都是以获取B端流量为终极追求的。或许，这便是产业互联网的概念当中有“互联网”的字眼的根本原因。然而，如果产业互联网仅仅只是局限于此，那么，等到B端流量被瓜分殆尽，看似光鲜的产业互联网或许又将陷入沉寂，一切都将从头开始。产业互联网正在遭遇到的困局，为我们生动地诠释了这一点。可见，流量始终都不是产业互联网的关键，除此之外，产业互联网应当有更加丰富的内涵和意义。

于是，我们不禁会问，产业互联网的本质是什么？什么才是产业互联网的关键？笔者始终认为，尽管产业互联网本身有“互联网”的字眼，但是，从本质上来看，它已经与互联网不再有太多的联系，无论是从商业模式上，还是从内在的驱动力上，产业互联网都是一个完全不一样的崭新存在。站在新角度，而不是互联网的角度来看待产业互联网，并且寻找产业互联网的正确发展模式，或许才是产业互联网真正步入正轨的关键所在。

伴随着产业互联网概念诞生的是S2B的商业模式，很显然，这种商业模式与互联网时代经典的B2B模式是有着一定的联系的。可以说，S2B模式是在B2B模式的基础上衍生而来的。尽管产业互联网的拥趸者们一直都在试图给S2B模式赋予新的内涵和意义，但是，如果无法厘清互联网在其中扮演的角色和作用，纵然是给S2B模式加上再多的标签，或许都将无济于事。

产业互联网是一个去互联网化的过程

尽管产业互联网的概念当中有“互联网”的字眼，但是，它却是一个去互联网化的过程。换句话说，产业互联网，其实是一场互联网玩家的自我革命。如果一味地绑定产业互联网与互联网之间的联系，而不是厘

清其与互联网之间的联系，那么，所谓的产业互联网的概念或许仅仅只是一个概念而已。

从本质上来看，所谓的产业互联网是一个去互联网化的过程。它不仅要改变经典意义上的互联网商业模式，而且还要改变互联网技术的主导地位。所谓的改变互联网商业模式，其实就是要改变传统意义上的平台和中心为主导的商业模式，通过去平台化和去中心化的方式以达成行业运行效率的提升，我们现在看到的以互联网公司为主导的数字化工厂的出现就是在这样一种脉络下建立起来的。

商业模式的重塑仅仅只是一个方面，产业互联网对于新技术的探索和实践则是另外一个方面。同PC时代向移动互联网时代的转移仅仅只是建构在互联网技术之上不同，从消费互联网时代向产业互联网时代的转变更多地是在以新技术作为基础设施，从而去建构一个全新的时代。我们现在所看到的大数据、云计算、区块链和人工智能等新技术都是产业互联网的底层技术，尽管这些技术诞生于互联网的襁褓之中，但是，很多技术恰恰是为了修正互联网的问题才出现的。比如，以大数据为代表的智能推荐，以区块链为代表的去中心化的商业模式，基本上都是在这种逻辑下衍生而来的。因此，所谓的产业互联网其实是一个去互联网化的过程。

产业互联网是一个修复和弥合的过程

不可否认的是，互联网时代的来临的确在一定程度上提升了行业运行效率，但是，我们同样应当看到的是互联网所带来的这种效率的提升是建立在强大的规模优势之上的。换句话说，互联网时代的来临带来的是实体经济的式微，形成的是互联网经济与实体经济的分野。如何修复和弥合互联网经济与实体经济的鸿沟，让两者实现统一，才是产业互联网真正应该思考的重要课题。

然而，当产业互联网的概念被提出，我们看到的是玩家们试图在它进一步巩固互联网的主导地位，让实体经济进一步成为附庸。很显然，这种做法是彻底地将产业互联网看成了一种概念和工具，而没有真正理解产业互联网的内涵和意义。因此，我们需要用一种全新的方式来看待产业互联网。

抛弃将产业互联网看成是一种工具的观点，真正将产业互联网看成是一个“产业”与“互联网”深度融合的过程。这里的“产业”就是实体经济，而“互联网”就是互联网经济。

从这个角度来看，产业互联网并不是互联网的一种，而是一个实体经济与虚拟经济深度融合的过程。经过了产业互联网时代的修复和弥合之后，在消费互联网时代形成的互联网行业与传统行业之间对立、此消彼长的状态将会得到修复，从而真正将行业的发展带入到一个深度融合的新阶段。可以预见的是，经过了产业互联网时代之后，经典意义上的互联网模式和经典意义上的互联网企业都将不复存在，而是将会与实体经济一道汇聚到数字化的长河里。

产业互联网是一个去流量的过程

流量思维的长期存在，最终导致的是平台思维的延续以及第三方的产生。如果一直都存在第三方，那么，行业运行过程当中始终必然要遵循一种供应方——平台——需求方的运行逻辑。在信息不对称的大背景下，我们是需要平台的撮合和对接的。这便是互联网平台存在的意义。然而，随着信息的逐步公开和透明，特别是随着大数据、云计算为代表的新技术的成熟，信息不对称的现象得到了最大程度上的消解，纵然是不需要第三方平台，我们依然可以实现供应方与需求方的对接。这就是产业互联网的概念出现的内在原因。

在产业互联网时代，并不存在严格意义上的平台和中心，每一个部分都是参与者，每一个部分都是组成行业运行不可或缺的条件。如果我们依然还在用流量的思维来看待产业互联网，那么，最终所导致的必然是一个又一个平台的诞生，行业的运行依然没有摆脱互联网式的逻辑。欲要让产业互联网跳出这样一种发展魔咒，首先要做的就是去流量的操作。

当我们不再以流量的思维来看待产业上下游的时候，我们便不再用平台和中心的逻辑来看待和定位自己，我们所做的一切也不再是为了维持自身的市场地位而进行的操作。着才是真正意义上的产业互联网。当流量不再是产业互联网的主导，所谓的产业互联网才能真正跳出互联网模式的束缚，真正进入到一个全新的时代，从这个逻辑上

来看，所谓的产业互联网同样是一个去互联网化的过程。

产业互联网是一种中间状态，而不是终极状态，之所以会说产业互联网是一种去互联网化的存在，还有一个主要原因在于它是一种中间状态，而不是一个终极状态。所谓的中间状态，其实就是一个过渡阶段。当这个阶段完成之后，产业的发展必然将会以另外一种全新状态来呈现。在我看来，产业互联网的终极状态是数字化以及数字化基础上的智能化。当产业互联网时代的终极状态来临，互联网将会以新的状态存在，而不再是现在这样一种形式存在。

这是产业互联网经历了数年的发展之后，越来越多地玩家开始将关注的焦点聚焦在数字化和智能化身上的根本原因所在。透过这些玩家的实践，我们可以看出在这个阶段的产业互联网当中“互联网”占据的比重越来越少，而数字化在其中所占据的比重越来越大。需要明确的是，对于互联网的越来越少的提及，并不说明互联网已经不复存在，而是说互联网开始以一种全新的形式存在。

比如，现在很多的互联网平台就成为了一个数据的集散中心和处理中心，通过这种方式可以继续给自身的发展带来新的动能。如果我们将产业互联网看成是一种终极状态，而不是中间状态的时候，目前这种状态便不会出现，产业互联网的发展又回到了那个以撮合和中介为主导的怪圈当中。

真正将产业互联网看成是一个中间状态，依然是一个去互联网化的过程。当我们把产业互联网看成了中间状态之后，我们才能抛弃互联网商业模式，通过不断试水新模式、新技术来寻找发展的突破口，产业互联网行业的发展才能真正进入到一个全新的时代。由此可见，产业互联网同样必然是一个去互联网化的过程。

一味地将产业互联网与互联网深度绑定，最终让产业互联网蜕变成了互联网的附庸。很显然，这种方式是无法让产业互联网的作用发挥到最大的。实现真正意义上的去互联网化，抛弃传统、原始的发展模式，以全新的视角来看待产业互联网，产业互联网才能有新的内涵和意义，才能有更多新的想象空间。