

# 回归主流：区块链的“密钥”

当比特币价格不断攀升,越来越多的人开始旧调重弹,将其与区块链联系在一起,试图用比特币市场的火爆来掩盖他们在区块链探索上的苍白与无力。尽管这种方式的确可以缓解区块链落地和应用上的短缺,但是,仅仅只是一味地将区块链与以比特币为代表的数字货币深度联系,必然会把区块链的发展带入到全新的发展误区当中。

探索数字货币之外的区块链发展新路径,成为一种必然和趋势。

同仅仅只是将区块链与数字货币深度绑定不同,以链改为代表的区块链赋能新方式则为我们找到了一条完全不同的发展道路。这是一条目前来看相当正确的发展道路,作为一种基础设施,区块链应当也必然要走上这样一条道路。尽管如此,人性的懒惰与贪婪始终存在,我们却依然看到有很多的玩家还是会走入到发币或者ICO的死胡同里。

笔者认为,这种现象的根本原因在于区块链的落地和应用并未形成真正意义上的商业闭环。对区块链落地和应用的探索仅仅只是为了躲避监管,而非是从商业的角度来发挥区块链的最大价值。

反观比特币,之所以会出现如此多的追捧者,最为重要的原因在于它形成了商业闭环。尽管比特币的封闭与独立让这种商业闭环距离现实商业尚且存在一定的距离,但是,我们却无法否认它作为一种区块链的成功应用而真实存在的现实。

以比特币为鉴,我们应当思考的是区块链在落地和应用上的更多可能性。

虽然比特币的价格不断攀升,但是,我们无法掩盖它始终都无法融入主流的现实。如果一种区块链的应用场景始终都无法融入主流,纵然是再有突破性的应用都仅仅只是一个泡影而已。当区块链行业的发展进入到全新阶段,特别是当落地和应用成为一种潮流和趋势的时候,我们更多地应该思考的是区块链回归主流的正确方式和方法。

具体来看,区块链的回归主流,应当包含如下几个方面的内容:

区块链的应用场景应当多元化

尽管我们一直都在强调区块链的应用,

但是,区块链的应用却始终都仅仅只是一个相当小众的存在。作为一种相对基础的应用,如此小众的应用场景是无论如何都无法让区块链回归主流的。

对标互联网,我们可以看出当下区块链应用场景上存在的弊端。互联网之所以在人们的生产和生活当中扮演了如此重要的角色,其中一个很重要的原因在于,它有了足够多的应用场景,并且这些场景真正将互联网变成了一个名符其实的“基础设施”,并且衍生出来的诸多的商业类型。以“互联网+”为代表,一个真正意义上的互联网时代真正发展到了高潮。

反观区块链,尽管政策层面的监管让人们开始抛弃发币或者ICO为主的应用逻辑,开始将更多的目光聚焦在了改造行业内在运行逻辑的层面上,但是,我们不得不看到一个现实,那就是区块链的应用场景依然仅仅只是停留在为数不多的几个场景上面,并且这些场景应用还是独立的,并未真正串联成网。若要让区块链真正回归主流,不断拓展和落地新的应用场景,无疑是一个值得关注的方向。

区块链与外部技术深度且全面的绑定

开放,是保证一个事物不断发展壮大的基础。区块链同样如此。虽然人们一直都在强调区块链的巨大作用,一直都在强调区块链的颠覆性,但是,如果区块链仅仅是停留在区块链本身,缺少与外部技术之间的联系,所谓的区块链仅仅只是一个“独立王国”,无法真正回归主流。

不断扩大并且强化与外部技术之间的联系,才能真正让区块链行业的发展带入到全新的发展轨道。这里的外部技术并不仅仅只是包括互联网技术,还包括大数据、云计算、人工智能为代表的新技术。一方面,这些外部技术可以不断为区块链技术提供新的能量,让区块链行业的发展更加快速和完美;另外一方面,这些外部技术可以为区块链技术提供新的应用场景,让区块链行业的应用场景更加多元。

从这个逻辑上来看,区块链与外部技术的深度而全面的绑定,同样是对区块链的应用场景多元化的一次拓展和延续。当区块链不断打开与外部技术结合的“新姿势”,甚

至与外部技术结合形成新的技术类型的时候,区块链行业的发展才能进入到全新的发展阶段。

区块链应当建立与主流商业模式共通的商业闭环

尽管比特币从诞生的那一天开始就受到一些人的追捧,甚至一直有人都是比特币的忠实信徒,但是,我们始终都无法否认的是比特币所形成的商业闭环是一种封闭的商业闭环,它并未实现真正意义上的与现实商业模式的共融和共通。这是比特币的所谓的商业闭环一直都不被主流市场所承认的真正原因。

当我们寻找区块链回归主流的正确方式和方法的时候,其中一个最为重要的方式就是要找到一个真正能够与主流的商业闭环可以共通、共融的商业闭环。比如,我们在将区块链落地到数字货币的场景上的时候,应当更多地去思考让数字货币成为更多人都可以参与,并且可以享受到实惠的存在,而不仅仅只是让数字货币仅仅只是成为惠及少数人的游戏。

当区块链的商业闭环抛弃了这种狭隘的缺陷,并且真正找到了一种与主流商业模式可以共通的商业闭环,区块链行业的发展才能真正进入到一个全新的发展阶段。只有区块链的商业闭环真正对外部的商业模式实现了共同和融合,这个时候,它才能形成真正意义上的商业闭环,而不再仅仅只是一个独立王国,一种另类。

数字货币应当被赋予更多新的内涵和意义

对于不同的人来讲,数字货币的价值和意义是不同的。这主要取决于数字货币的应用场景的不同。然而,现在的数字货币在很多时候仅仅只是被当成是一种投资标的来对待,而不再是一种提升效率的方式和手段。另外,随着数字货币的价格不断攀升,它的最大的内涵和意义开始更多地与投资、收藏联系在一起。除此之外,再也没有其他的内涵和意义。

当数字货币的价值仅仅只是被固定在投资和收藏的范畴当中时,它的价值是没有被充分发挥的,甚至还将自身的发展带入了到全新的死胡同里。当数字货币的内涵与

意义被限制的时候,一味地将区块链与数字货币相连,所导致的一个最为直接的结果就是区块链和数字货币开始走进了同一个死胡同里。

区块链之所以缺少突破性的发展,其中一个很重要的原因就在于此。若想让区块链真正回归主流,一味地撇清它与数字货币之间的关系是不对的,我们要做的是正视它和数字货币之间的联系。同时,我们要对数字货币赋予更多新的内涵和意义。

以法定数字货币为代表,我们看到的是数字货币开始探索在投资和收藏之外更多的内涵和意义。深度分析这些新的内涵和意义,就是要让数字货币真正回归货币的本质和意义,并且在区块链技术的助推之下,让数字货币在数字经济时代的功能和作用得到最大限度的发挥。

比如,我们看到现在的数字货币就开始呈现出反洗钱、反腐败等新的功能和意义。以数字货币的新内涵和新意义为肇始点,我们看到的是一个以数字货币的新内涵和新意义为开端的新发展时代的来临。

在我看来,这仅仅只是一个开始。随着越来越多的数字货币的新内涵和新意义被开发出来,随着数字货币在数字经济时代开始发挥越来越多新的功能,传统意义上的以投资和收藏为主导的数字货币的功能和作用将会被取代,从而真正将数字货币从一个隐秘、独立的王国,变成一个开放、包容的生态。

当人们在寻找破解区块链的解决之道,但却一直都无法破局的时候,我们真正应该思考的或许是回归主流的正确方式和方法。当区块链真正回归主流,当区块链真正变得开放,它的功能和作用才能真正得到释放,从而真正将我们带到一个叫做区块链的新时代。

在这个时代,区块链将不再是一个小众的、孤立的存在,而是变成了一个普通的、多元化的存在。以此为开端,一个类似互联网的全新时代将会来临,在这个时代,区块链将不再是一个仅仅只是局限在某些场景的应用,而是变成了一个普通的存在,它深入到了产业和生活的细枝末节,带来的是一个与互联网完全不同的数字经济新时代。

## 携程回港上市的背后

根据港交所最新公布的数据显示,携程已经通过上市聆讯,并且第一次提交了招股材料,联合保荐人为摩根大通、中金和高盛。此前,已经有国外媒体发布了携程即将回港上市的消息,并透露本次回港上市携程计划融资10亿至20亿港元,进一步拓展平台一站式旅行产品,提高内容能力,以及加大人工智能、大数据分析、虚拟现实及云技术的研发与应用。尽管携程方面对于回港上市的消息一直不予置评,但是,在回港上市依然成为一种潮流的大背景下,携程回港上市似乎是顺理成章的行为。

我们都知道,2020年,在疫情的影响下,旅游市场受到了非常严重的冲击,旅游相关产业的发展举步维艰。尽管下半年国内疫情有所好转,但是,真正要恢复到疫情之前的水平,或许依然还有很长的路要走。作为国内最大的在线旅游平台,携程未能幸免。单单从2020年的财报数据,我们就可以看出一些端倪。根据携程财报显示,2020年,携程总营收183亿元人民币,同比下降49%。然而,让人印象深刻的是,第四季度携程展开反击,单季营收约50亿元,归属股东净利润约10亿元,毛利率达到82%。

这得益于国内疫情控制得当以及携程在疫情期间的探索。虽然旅游市场接近停滞,但是,携程并未停下探索的脚步。以携程创始人梁建章为领头人的携程开始了在特殊环境下的新探索,并且真正蹚出了一条新的发展路子。以直播为切入点,携程开始了在新的发展模式上的新探索,通过化身不同的人物,梁建章不断探索旅游与新兴媒介结合的新方式,真正为我们诠释了“危中有机”的真正内涵和意义。

随着携程回港上市的脚步越来越近,我们完全可以相信携程在获得了充足的资本支持之后,依然可以回归正轨。在我看来,此次携程回港上市是有着非同寻常的意义的。对于其他的公司来讲,回港上市可能仅仅是战略重点的转移,而对于携程来讲,此次回港上市颇有几分涅槃重生的味道。

回港上市,携程新旧发展模式的分水岭一直以来的,人们对于携程的印象就是一

个在线旅游的OTA平台,它的营收主要是靠撮合和中介信息费的方式来获得的。这同互联网时代的主流商业模式并无两样。须知,这种商业模式是建立的庞大的流量基础之上的,缺少了流量的支持之后,这种商业模式必然会遭遇极大的发展困境。

2020年,受到疫情的影响,这种商业模式的弊端再次展露无疑。寻找新的商业模式,进一步升级并完善自身的商业模式,成为携程必然要思考的重要课题。抛弃经典意义上的OTA模式,通过更多的业务探索和延伸来寻找新的商业模式,成为开启新一轮发展的关键所在。

这一点,我们可以从携程在2020年的表现上看出一些端倪。除了更加深度地投身到旅游相关的产业链当中,不断对旅游相关产业链的元素进行深度赋能之外,携程开始探索与大数据、人工智能等新技术的结合方式,以期通过这些新技术、新模式的加入来颠覆传统意义上以撮合和中介为主导的发展模式。

一方面,疫情的来临让携程的发展举步维艰,几乎接近停滞;另一方面,我们同样看到的是新的商业模式正在携程内部生根发芽。有了疫情期间的打磨与考验之后,携程完全可以将它在国内市场上探索出来的这样一套全新的商业模式应用到更多的市场当中,从而开启一个全新的发展新时代。

就在3月29日,携程集团联合创始人兼董事局主席梁建章发布了“旅游营销枢纽”战略。这个战略正是基于携程四季度“深耕国内、心怀全球”战略的基础上提出的。

据悉,该战略将通过“1+3”的模式推进:以一个星球号为载体,聚合流量、内容、商品三大核心板块,叠加丰富的旅行场景,打造强大开放的营销生态循环系统。该战略旨在创造新的交易场景,通过内容转化和营销赋能为泛旅游行业创造增量收益,并助力行业伙伴运营好自身的私域流量。

透过这个全新的战略,我们完全可以看出携程已经在疫情期间摸索出了一套行之有效的商业模式。借助这个商业模式,再辅之以回港上市的资本市场支持,我们完全

可以有理由相信未来携程将会让我们眼前一亮。

回港上市,携程的市场地位将继续巩固。我们都知道,携程目前服务着最大群体的旅游用户,并且在逐年增长。目前,携程集团全平台的MAU超过2亿。另外,携程的高品质用户正在创造着行业最大规模的订单价值,2014年至2019年携程GMV年均增速47%。可以说,携程已经是在在线旅游市场真正意义上的头部企业。

如何进一步巩固携程本身的市场地位,特别是在全球市场重心正在发生深刻变化的今天,把握新的发展动向,进一步确立携程在在线旅游市场的地位,成为一个必然要深度思考的重要课题。

特别是在互联网企业为代表的科技公司大举回港上市的大背景下,携程做出同样的选择对于进一步迎合市场发展的大趋势,特别是借助资本市场的力量进一步巩固并提升自身的市场地位,都是有着非常深刻的现实意义的。

对于携程这样的在线旅游平台来讲,尽可能深入地接近真实的市场,尽最大可能确立自身在市场当中的地位,同样是值得关注的。从这个角度来看,我们同样可以看出携程在此刻选择回港上市的正确性和必要性。可以预见的是,携程回港上市之后,将会进一步加大在新技术、新模式等诸多方面的布局,从而进一步巩固自身在在线旅游市场的地位。

回港上市,携程的根将扎得更深

根据Fastdata极数相关研究显示,2021年随着中国旅游业的复苏及旅游供应商广告投入强度的增加,预计全年中国旅游广告市场规模将达到800-1000亿元,未来旅游广告将会成为旅游业新的“千亿赛道”。对于以OTA为主营业务的携程来讲,面对新的市场风口,需要的是要更加深入地扎根到旅游市场当中,通过不断深入到旅游市场的细枝末节来找到新的发展机会。

对于中国市场来讲,不仅有庞大的用户人群、旅游从业者、旅游机构,而且还拥有着复苏最快的经济增速,如果能够通过此次回

港上市来搭建起最大市场与最新风口之间的“桥梁”,能够让携程对于市场的理解更加透彻的话,那么,携程无疑将会开启一个全新的发展。由此来看,携程的此次回港上市既是一次回归的过程,又是一次真正扎根到旅游产业当中,真正做深,做实旅游产业的新开始。

另外,我们同样要看到的是,当下的在线旅游市场依然还存在着诸多的问题和痛点。在线旅游平台提供分散和碎片化的内容,无法与流量形成精准匹配,因此导致内容和商品的脱节;同时,尽管旅游商家已经逐步拥有了私域流量的运营意识,但由于一站式流量、内容和商品管理工具的缺乏,商家自运营效率显著偏低。

如何解决这些痛点和难题,成为携程进一步扎根旅游行业的关键所在。随着回港上市,携程将会改变以往的“第三方”角色,真正投身到旅游市场的真正战场当中,触摸旅游市场的脉搏,从而让携程对于旅游市场的理解更深,对于旅游产业的介入更全,对于旅游群体的感知更高,最终让携程的根系扎得更深。在更加深度地服务旅游产业相关用户的基础上,携程这棵参天大树将会获得更多的营养,从而长得更高、更大。

当携程通过港交所的上市聆讯,距离真正上市的日子越来越近。对于携程来讲,此次回港上市,并不仅仅只是一次简单意义上的回归,更像是一场新发展的开始。

特别是在经历了2020年的严峻考验之后,此次回港上市对于携程又多了几分上市之外新的内涵和意义。相对于外界仅仅只是单纯地从资本市场的层面来看待携程的回港上市,笔者更加愿意把它看成是携程新旧发展模式的分水岭、巩固自身市场地位的新尝试、深度扎根旅游产业的新手笔。

只有这样,我们在看待携程回港上市的问题上才不仅仅只是一味地跟风,而是真正明白这个事情对于携程本身的独特意义。无论如何,我们才有理由相信,携程在经历了疫情的洗礼之后,在有了国内市场的率先试水之后,它可以在旅游市场的大洋里更加畅快地游泳。