



风口上,是“上天”还是“落地” 下一个风口 在哪里?

“不,不是起风了,而是在这宫墙之内,风从来就没停过。”这是前段时间热播剧《琅琊榜》中的一句台词。当下,移动互联网的大风又何曾停止过,这股潮流改变了民众生活,更让创业者们迎风而动。“站在台风口上,猪都能飞上天”被很多人津津乐道。

然而在大佬们眼中,“风口”似乎并不如民众们想象中的那样充满浪漫和奇幻色彩。在刚结束的“2015中国企业领袖年会”上,苏宁控股集团董事长张近东坦言,所有风口都有过去的时候,企业如果想取得长久持续的发展,不但要能够站在风口上,更要成为主动的造风者。

现代快报记者 刘德杰



对于国内互联网圈广为流传的“风口论”也被大佬们热议。上周末,众大佬们相聚于“2015中国企业领袖年会”,站在互联网+的风口,张近东、李彦宏、刘强东等对商业模式、互联网创业、技术创新等进行了交流。好东西当然要和小伙伴们一起分享,小编也对大佬们的观点进行了梳理,共同分享学习。

风口上,猪能否飞上天

“互联网公司与传统企业相比,最大的优势就是轻模式。”经济学家吴晓波指出,现在京东8万人,阿里巴巴3万人,腾讯3.6万人……万人级的中国互联网公司不在少数。轻吗?这里应该打个问号。

互联网+这个风口,带给我们的既是一场思维革命,也是一场工具革命。它既在颠覆世界,也在颠覆自己。互联网重估了一切价值,同时,互联网的价值也正在被重估,它以无比的破坏力颠覆了既有的商业逻辑和秩序,同时它反噬自身,让颠覆在更深的意义上自我实现。

杭州娃哈哈集团有限公司董事长兼总经理宗庆后表示,不管是互联网+,还是+互联网,互联网应该为实体经济服务。记者了解到,零售业作为最早受到互联网冲击的行业之一,也是目前

与互联网发展融合最深的行业。知名投资人王功权在搜狐财经变革力峰会上的演讲中曾表示,在历史上从来没有看到被风吹起的猪,即便是被吹起来,终究还是要落地,即便风口很强时,被吹起来也是有限的。

当“得屌丝者得天下”的互联网定律逐渐被抛弃之际,越来越多的中产消费者成为互联网经济的新主流用户,他们有理性,有品位,有更大的消费力。此刻,有良好信誉背书的零售模式将更能带来消费的革新。比如即将到来的双十二,苏宁和新西兰大使馆签订了战略合作协议,在英国和日本考察,积极推动跨境电商直采模式,让消费者不出国门即可享受到高品质的进口商品。

不是去追逐风口,而是要回归商业本质

“重要的不是风口,而是去探究商业模式。”在移动互联网的风口,业内人士直言,我们应用移动互联网,不管应用什么,不管通过何种传输手段,什么样的技术变革,最重要的问题不是去追逐风口,而是回归商业本质。

当下,传统商业模式与互联网的融合已不是新鲜事。互联网技术应用到商业模式革新中,O2O模式应运而生。通过团购网购、微博、微信等渠道,传统商业模式正在构建满足消费购物需求、提升购物体验的商业模式。你可以在团购网站上花少钱买

购物券,也可以享受到商场智能APP带来的便捷及优质的服务。所有这些归结到一点,还是要回归商业的本质,就是尽可能的低成本,但是去创造高质量的产品和服务,让消费者买得快乐,买得心甘情愿。

看得清趋势,耐得住非议,找得到路径。这是张近东六年的转型心得。当他扛起O2O大旗的时候,对于踩在风口上的苏宁,很多人都替他捏了一把汗。面对苏宁25年锻造出来的互联网“零售CPU”以及满足用户需求的O2O极致服务能力,踩在风口上的苏

宁不仅是造风者,更是新一代商业模式——互联网零售的开拓者和践行者。

值得关注的是,那些处于风口上的电商,在经历过风口的激流之后,也在寻找落地点。

记者了解到,去年年底,淘宝在广州开出了首家淘宝体验店,尤其是今年的“苏阿”联姻,全线渠道下沉。就在刚刚过去的11月,美国亚马逊也在西雅图开了一家实体店,而中国的当当网也高调宣布未来要开1000家书店,且第一家将于12月在长沙开业。

下一个风口在哪里

创业、转型、融合……对于风口上的企业家们来说,互联网的“下一个风口”又将在哪里。“苏宁将在本月底宣布正式进军文化、体育和创投领域。”迎来互联网+风口的张近东表示,在即将到来的苏宁25周年司庆上,苏宁将对外发布“青春宣言”,希望通过“青春宣言”一系列战略计划的发布,为年轻人打造事业、梦想与快乐的一揽子支持平台,为年轻人创造成长的风口。

正如吴晓波所言,“平台为王,流量分发”“生态战略”“免费

第一”“得屌丝者得天下”“互联网是轻公司”等铁律,在今天也许需要被重估。当创业投资的大潮退却后,有人说资本的寒冬来了,而下一个风口将在哪里?

面对风口的争论,也有大佬坦言,风口可能不是在互联网而是在传统行业。目前,中国正在经历一场举世瞩目的消费大升级,高品质、优服务正在被追逐,每年六七千亿美元的海外采购是佐证,并且这个数字还在上升。风口上的商家们也捕捉到了这些信息,于是苏宁易购云店应运而

生,还通过C2B反向定制、众筹等,推动上万家供应商发力互联网+智能制造,与传统行业深度融合之际,催生出新的合作模式。

正如王功权所言,现在我和朋友们创业,在进行这样一个尝试,我们没有办法去影响整个的资本市场,我们能做的是从脚下开始前行,去探索自己的路,如果创业界、资本界有朋友愿意共享我们的一些体会,愿意跟我们共同去承担风险,一起走向未来,那是我的荣幸。

声音

关于“风口论” 大佬们都说了啥?



苏宁控股集团董事长
张近东:闯过关口,再造风口

互联网时代,互联网+就是横亘在众多企业面前的关口,而跨过去的手段,唯有变革。一旦闯过关口,就可能迎来风口。本月底,苏宁将对外发布“青春宣言”,进军创业、体育、娱乐领域,希望通过“青春宣言”一系列战略计划的发布,为年轻人打造事业、梦想与快乐的一揽子支持平台,为年轻人创造成长的风口。

杭州娃哈哈集团有限公司董事长兼总经理
宗庆后:互联网为实体经济服务



实体经济、制造业才能体现国家实力,制造业强盛、实体经济产生更高的财富才能使老百姓安居乐业,才能使国家富强。不管互联网+,还是+互联网,互联网应该为实体经济服务,希望在座搞资本运作时多投资制造业,拉动制造业提高综合水平、增加实力,让我们从制造业大国迈向制造业强国。



百度公司董事长兼首席执行官
李彦宏:五年后中国团购公司将一家不剩

企业的创新是要符合企业和股东利益的,而企业家个人的资金则主要用来做一些更大胆的、风险更高的、短期内看不到回报但却非常有价值的创新上。他预言,在创新的大背景下,正是由于商业模式和市场环境的改变,五年后,中国的团购公司将会一家不剩。

知名投资人
王功权:猪即便被吹起来,终究还会落地



在历史上我从来没有看到被吹起来的猪。即便是吹起来,终究还是要落到地上;即便风口很强时,被吹起来也是有限的。因此,更重要的问题不是去追逐风口,而是去探究商业模式。而对于商业模式,其实说复杂很复杂,说简单也很简单,就是回归商业的本质。



创新工场董事长兼首席执行官
李开复:传统企业转型一定要谨慎

在巨大科技潮流下,互联网改变一切的前提下,一个传统的公司,在要做好自己业务的同时,要敢于用年轻人,放权去了解互联网商业模式和运作模式是怎样带给公司挑战和机会的。此外,传统企业转型一定要谨慎,不要简单把“互联网+”当做投机的过程或是简单电子商务服务上线的过程。