

时间线梳理

1. 2020 年 2 月初，由平安普惠转入平安消费金融，负责消费金融产品小橙花 APP 的营销平台设计与开发。
2. 经过 2020 年 3 月到 5 月的 100 天加班，5 位核心员工倾尽心血做出的营销系统于 6 月 24 日平安获得消费金融牌照当日上线。
3. 2020 年 6 月起，大量招聘新人，去 cover 系统后续开发和产品迭代，此时转做项目沟通与敏捷开发管理。
4. 2020 年 7 月，因备战 1024 程序员节的 Hackthon 黑客马拉松比赛，结识几个志同道合的小伙伴开始准备在职创业。
5. 2020 年 7 月起，又是 100 天的加班，团队建设、优势分析、产品市场调研、可行性分析、平台设计、技术选型、demo 开发.....
6. 2020 年 10 月，寻找天使轮投资无果，计划进入字节跳动做创业项目孵化。
7. 2020 年 10 月，因不满薪资待遇和公司技术提升空间有限，投字节跳动商业变现部和战略投资部的 Java 后端开发岗位的简历。
8. 2020 年 11 月，因没有刷算法题，导致面试二轮失败，被企业级应用部捞起，因了解到工作类型与预期不符且不能项目孵化，最终未能选择字节。
9. 2021 年 1 月，因领导了解到跳槽意愿，绩效考核结果不佳，尽管贡献了 40% 的平台核心代码开发，仍旧没有拿到应有的年终奖。
10. 心灰意冷，继续跳槽，未准备刷题，投 5 家独角兽公司热身，投蚂蚁金服作为下个阶段的过渡。
11. 2021 年 3 月 19 日，拿到薪资未定的蚂蚁金服国际事业部 SRE 专家 offer，预计薪资 40W 起。
12. 2021 年 3 月 21 日，扪心自问，深夜渐渐隐向更深处.....一如前途和命运。

字节跳动 VS 蚂蚁金服

总体来看，字节跳动是上升趋势，蚂蚁金服是下坡路。

对于我个人来说，选择上升趋势意味着更多、更大的机会。

- 1 互联网公司是离不开高速增长的，增长一停滞，氛围就完球，变成内卷大厂，内耗大厂。
- 2 一个小需求就能引发多人明争暗算，一个小业务就能引发多部门哄抢。
- 3 曾经的精英快速退化，茫然并且颓废；新锐的精英得不到高速成长的环境，有劲没处使。
- 4 精力不能用于创造，内耗油然而生。
- 5 曾经对于底层技术的钻研和前沿科技的探索的动力，转化为奋斗逼的诞生：白天开无用会、晚上加无用的低气压职场氛围。

就现状而言，2020 年底蚂蚁金服上市风波引发的一系列关于增强金融监管、打击垄断，矛头直指阿里和腾讯等一众互联网头部公司。

阿里系

支付领域——支付宝

取消对于大学生的小额贷款业务，补交巨额款项，花呗、借呗业务重大监管和风控调整，导致业务营收急剧下滑。

电商领域——淘宝、天猫、聚划算

高端打不过京东苏宁，下沉打不过拼多多，昔日霸主淘宝领地尽失不复来，沦为给天猫引流的工具。

京东凭借重资产模式，囊括 3C 产品销售、仓储、物流，打造完整的购物生命周期，为用户带来优秀的购物体验，目前已霸占高端市场。

苏宁凭借大量线下门店与口碑，同时以其优秀的试用、导购、售后维修服务等获得中青年的青睐。

拼多多通过右上角迁移理论、人货场的创新，完全掌控了下沉市场和制造源头，并通过真金白银百亿补贴向高端市场攻城略地。

抖音电商抖店，已经把控住短视频渠道的话语权，一时间难以突破。

而淘宝，对商家不友好，对用户无体验，对定位不清晰，什么都有变成了什么都不行。

生活服务领域——饿了么，猫眼电影，口碑，飞猪，哈啰.....

饿了么被美团碾压

猫眼被美团碾压

口碑被美团点评碾压

飞猪被携程碾压

哈啰与美团、滴滴平分秋色

没有买菜，直接被拼多多、叮咚、美团等秒杀，连入场券都丢了

生活服务作为未来 20 年互联网产业发展的新方向（中国未来的发展规划，扩大内需，直接指向生活服务），已几乎丧失了竞争的权利，这里是美团的天下。

2B 领域——钉钉

钉钉作为国内第一批优秀的 B 端产品，喜提一星好评，被大家深恶痛绝（员工和学生越深恶痛绝，老板和老师就越开心，反而是一波反向营销）

虽然布局早，但是发展后力不足。

个人使用体验上，已经被字节的飞书圈粉。

广告业务，阿里广告更多面向电商，而头条巨量引擎基于推荐算法的集信息检索、整合、推送于一体的推荐系统，已经处于行业内领头羊地位。

2B 同样作为未来 20 年产业发展的重头戏，阿里只能打防守战。

20 年前，互联网产品以 2C 为主，几乎没有可以再挖掘的点，只能守着生活服务继续发挥余热。

现在，我们在工业软件（以芯片设计软件为例）、操作系统方面被美国卡脖子，而 2B 其实在中国有着更加广阔的市场，但是由于技术要求高，仍未有现象级国产公司面世，似是一片蓝海，但却已被国外由于几十年的技术沉淀的产品占领。困难重重，面临着重大的机遇与挑战。

.....

不写了，再写下去凉凉。

字节系

细粒度列举一下，不展开分析。

收入

张一鸣具备这样的理念：谈理想很重要，但没有实打实工资多更重要。

现在字节的收入比阿里更高。

蚂蚁上市搁浅，引发一系列舆论风波的时候，就已经挖不动字节的人了，倒是字节挖了太多阿里系电商的人。

工作环境

字节更简单，没有办公室政治。毕竟公司还相对年轻，员工也年轻，业务特别多，没那么多精力和时间内耗搞政治。

阿里毕竟老员工多，只要有足够的时间和精力，就回去组织拉派，以及没有足够多有竞争力的业务创新线，僧多肉少，必然会不同团队之间抢资源。

考核方式与晋升机制

阿里，万恶的 KPI 考核增强版。晋升就是个笑话，会舔 & 站好队 更重要。

字节，OKR 考核，追求技术和保持创业，更契合个人价值观和发展规划。

电商

抖音电商正在走拼多多曾经走的路，势头迅猛。

阿里巴巴，核心业务电商，市场一直在萎缩。

哪怕仅关注电商行业，也自然选择字节。

业务范围

Tik Tok 作为中国唯一一个出海成功的互联网公司产品，直接动摇了 Facebook 和 Google 的蛋糕，几乎看不到瓶颈。

补充信息

字节挖阿里的人很凶猛

直接给 offer，先涨薪平级调动，再后续优先晋升。当时不接 offer，以后再也不给第二次机会。（真他妈自信，真他妈饥饿营销，真他妈厌恶损失，心理学玩得贼溜，起飞）

一点感想

高度内卷的当前社会，唯有创新才能打破僵局。创建新的赛道，做出新的大蛋糕，比一群人在一条跑道上挤成一坨、众人哄抢小蛋糕，要更加符合科学发展观。