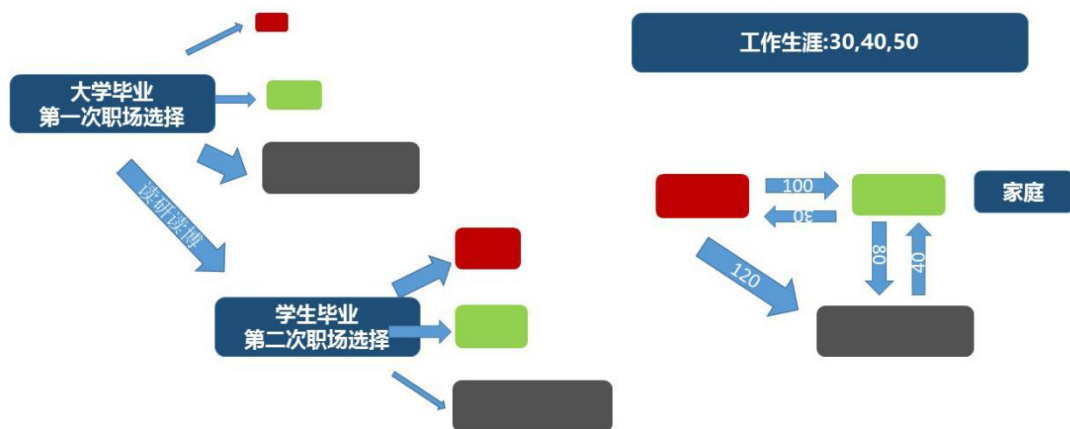


1-3 社会模块：社会思维三次转化与 2021 大趋势

社会模块之间的转化与机会（微信：jingyun145145）



社会思维的三次转化（微信：jingyun145145）



【重要】众筹新课联系微信 1225791460

2021 社会大逻辑与大方向（微信jingyun145145）

新一线崛起-2019示范区自贸区-2020准一线城市集群化开始
2021-2025新城市定型，分化定型期，最后逃生门

18资管新规去杠杆-19稳增长放-20疫情重塑-21年边际收紧结构性机会

18CDR-19科创板-20注册制上新版-21年注册制普及，A股美股化，港股机会，科创板分化

17锁死房地产-18二线-19继续锁死-20新萌芽-21年最佳时机

疫情重塑工作模式，拥抱新产业OR回归高地位，两极分化加剧，没有中间值

18互联网存量-19产业互联网-20新技术新驱动-21年加剧

2021 社会大逻辑与大方向（微信jingyun145145）

新一线崛起-2019示范区自贸区-2020准一线城市集群化开始
2021-2025新城市定型，分化定型期，最后逃生门

18资管新规去杠杆-19稳增长放-20疫情重塑-21年边际收紧结构性机会

18CDR-19科创板-20注册制上新版-21年注册制普及，A股美股化，港股机会，科创板分化

17锁死房地产-18二线-19继续锁死-20新萌芽-21年最佳时机

疫情重塑工作模式，拥抱新产业OR回归高地位，两极分化加剧，没有中间值

18互联网存量-19产业互联网-20新技术新驱动-21年加剧



理想汽车的李想，在2017年，特斯拉背腹受敌的时候说，特斯拉估值1000亿以上没问题，作为业内大佬，他如何做到这一点的？

所以你想能够在这个汽车之家这一块儿，他能够接触到的整个汽车行业的这个正方体模型，这个思维是非常大的，怎么理解呢？首先啊，这个媒体行业本身就是，特别是汽车媒体，它很特殊，汽车媒体本身就是一个能跟供应链结合非常紧密的行业，因为大家知道整个广告行业汽车的这个占比是非常大的非常多的。

不用急啊，那我就去说啊，这个汽车行业之所以媒体更重要，是因为整个汽车行业很依赖于供应链，对于媒体测的宣发，所以大家知道这个整个做汽车的广告是非常赚钱的，非常赚钱，你想当时发现这一点，所以他做了这个整合的汽车之家，然后在这个领域里面他做了什么呢？很简单啊，这个首先他打通了上下游就是说，我们整个最后一个正方体的这个长宽高他都打通了。之后呢，它又往前推了一步，就是他打通了整个政治和经济这一块儿，这一块儿大家也知道这个汽

车之家这么多年做起来是一直没有任何的这个政治和经济问题的，那么他其实是相当于是把两个正方体都已经搞定了，那么他怎么在看特斯拉呢？很简单，那就是在网上看另外一个正方体，就是他去看整个这个行业发展趋势，看国外最近在香港这一块儿都做了什么，比如说啊，这个大家知道，这个整个汽车行业上下游他有很多东西，那么你想在目前这个阶段前两个正方体里面，他再去回推最后一个大的正方体的时候，它就会发现哦，原来整个这个产业上下游电池已经有了很多进步，然后这个整车装修有很多进步，然后这个包括作为这个数据载体有很多进步，那么他自然而然的。

所以其实很重要的一点，是啊，他能够站在整个汽车媒体这个角度，他其实能看到整个正方体这个模块是非常大的，无论是第一个大模块儿，国外国内外的这个行业的这样一个链条的这个发展，以及第二个模块儿，中国的这个政治，经济和事业这个链条里面汽车行业的问题啊，以及他自己所下的这个汽车行业里面，整个供应链的上下游的问题，他其实看的都是非常细的。

所以呢，他去判定特斯拉未来会怎么样，是非常非常容易的事情，那么大家也知道啊，这个我其实是今年年初的时候，其实我是比我当然不如理想啦，但其实我是在一九年左右的时候去走一步，再走一遍，这个逻辑之后才发现它的价值所在，那么大家会疑问啊，特斯拉就是一个车吗？真有这么值钱吗？那这个其实就是跟我们后面的这个人工智能驾驶更有关系了，那这里呢，大家一定要仔细听我来给大家讲

一个很重要的逻辑去推断，为什么特斯拉这么值钱，好吧，为什么人工驾驶我们该走哪一步？【重要】众筹新课联系微信 1225791460

首先呢，大家知道任何内容都是需要载体的，那内容呢，他当时是数据的时候，他就不是内容，因为数据内容是内容，我举个简单的例子啊，那么我们整个硬件测呢，这个是出了智能手机之后，我们才会有这个文字的，比如说微博的这样一个宣传，那么微博是一条 140 字的数据，那他怎么会变成内容呢？很简单，你需要有人来把它编出来对吧，通过这个零一编码。把一条把一条数据把一条这个文字编出来，让他有这个内涵，在那么有内涵，在之后呢，他数据需要被消费掉，怎么被消费呢？很简单，去发到网上让大家评论，然后去带流量带广告，那么这是他被消费了。

好，那么当数据被消费之后，他才有了商业化价值，懂了吧，比如说微博，大家都发微博，大家都在微博上评论，带着流量之后，这个时候他才能做商业化生态广告，那么商业化永远走在最后一步的，那这一整个链条的逻辑下来之后，最原始的部分是什么呢？是硬件有硬件，然后有了数据，有了数据之后会有人来把它变成内容，有了内容之后可以被消费，可以被消费之后才会带来商业化，那么有了商业化这整个一个链条，它的商业逻辑才跑通了，这句话请大家多听几遍好吧。

那大家想一下，这是我最讨厌的这个抖音，快手他们是怎么起来的呢，那你可以先默默想一分钟再听我的，那我就直接说了，很简单，

因为我们的这个成像系统就是我们手机设的这个视频系统啊，就是后面的这个，整个这个摄像系统，包括对应的这个芯片，这一块儿是2016年开始才开始兴起的，就是说你在这之前，你拍一条视频传到网上，他是非常非常。难以被消费的大家懂了吗？那么很简单的，就是当他后面的这个集成这个系统做好之后，才会有短视频短视频，都是数据，怎么变成内容呢？当然是由人来拍，大家来拍了之后呢，他会发到整个网上，发到网上之后，他才会变成所谓的这个可以被消费的数据，然后才能做商业化，大家懂了吗？就是这样的逻辑。

好的，那在这个逻辑之后呢，大家再往后推一下，所以我们这个自动驾驶汽车，所以我们整个人工智能智能驾驶一样的逻辑啊，大家懂了吗？就是首先这个行业是 to c 的，他不是 toB 的对吧，它是需要让每个人开车的人用的，那么你反过来推他，如果想商业化，他如果想跑好地方再往回推一步，需要什么呢？刚才说过了对吧，你需要数据被消费。那数据被消费首先要有数据和内容吧，内容好，内容是谁来提供呢？自动驾驶这个行业内容当然是由各个这个开车的人提供了，对不对？那这个再往前推一步，那开车的人提供什么呢？首先你要有数据才会有内容啊，那数据是什么呢？大家想一下啊。

这个数据啊，很简单，就是每个车之间面对各种路况的这样一个反应嘛，对吧，就是车和车之间的距离，每个车的型号，每个车再走，每条路拐弯，包括刹车进车库，各种各样的数据，有了这些数据之后，作为你开车的人才会把它变成内容，然后才会消费，然后这个链条才会跑通，这才会变成一个行业，大家懂了吗？好，大家大家想，这样

内容再往前推，你需要什么呢？需要数据对吧，那数据怎么来呢？我怎么测量车和车之间的这个距离呢？好，大家听到这里大家想一下我需要什么来测量。

那当时需要这个测距的这样一个东西，见了对吧，你需要有各种这样的一个软件在里面，他来帮助你去测量车之间的距离好，如果你想到这一步的话，基本上你的这个战略逻辑就已经相当于是 Apple 里面一个非常高的 level 了，大家发现了没有啊，我是去年讲这个逻辑之后，今去年就是 2020 年的时候，苹果出了三项新的硬件，就是新的 APP 新的那个 iPad Pro 就是那个无线耳机吗？然后又出了新的这个 iPhone 12 Pro Max，大家发现了吗？苹果偷偷的在这些硬件里面都加入了一个东西，叫做测距传感器。那么它是用来干嘛的呢，很简单，为了苹果的这个 iCar 整个系统服务的，那苹果可能不会造硬件车啊，因为有特斯拉在前了，但是他可以提供硬件服务，这是苹果的大战略，苹果造造车的战略，他如果一旦把握了硬件入口之后，他就会有数据，有了数据就会有内容，有内容就可以消费，可以被消费，那么整个链条跑通了，大家懂了吗？

好，那为什么特斯拉这么值钱呢？大家再回想一下，特斯拉是一个硬件，你人在特斯拉也开车，你所有的人工智能数据都会被储存起来，那么他其实是提供了什么呢？它是提供了整个链条里面的第二三部，对吧，就是他帮助大家收集数据，同时呢，他又帮大家把数据变成了内容，那后面如何被消费呢？这还不一定，但是至少这两步做到了，所有数据都在他手里了，所以特斯拉从某种意义上来说它不。不仅

是简单，简单，单纯的这个新能源汽车，他是一个移动终端，他是一个堪比手机的这样一个移动终端，大家懂了吗？这就是为什么这个苹果风机火燎的把这个 air Pro 这个耳机和这个新的手机推出来的原因就是这样的，就是苹果也要去抢这个硬件。

社会理解力凌驾（微信：jingyun135135）

群内讨论，让你理解什么叫永远比别人多看三步

NextVPU

AI自动驾驶的前奏是什么？如何通过正方体思维判定现在是不是进入AI自动驾驶行业的好时机？

版权所有：公众号“惊云小屋”禁止任何形式商业化
本课程委托“维权骑士”负责全部法律事宜。



好，那么做完特斯拉之后呢，我们再想一下，这个如果我们作为人事吧，我们怎么投身这个人工智能驾驶呢？很简单，如果你是这个行业的人，应该去哪里呢？当然要去这个先去搞这个硬件，这个平台的这个地方啊，那像我这个第二个 PPT 里讲过的这个公司，其实就是大家都很多一些市场都在投资的公司，这种公司做的是什么呢？就是做的是收集这个自动驾驶数据的这样一个传感器的这个公司。

这是你作为这个行业里面的技术人员的角色，你应该去做的，那么你才会把握住浪潮好，那么如果你是做一级市场投资，你该做什么呢？很简单，去投资这样的公司啊，你说你现在去投资什么？这个怎么说做软件的气气阿，做这个人工智能驾驶软件的公司，那其实你都

已经很已经是落伍了，因为你没有再往前看，去看更前沿的东西，大家懂了吗？好，那么如果你作为这个行业里面非医护人员，你该去哪里呢？很简单，你要去大平台，因为这些初期初创公司九死一生吗？你需要去踏到第二波浪潮，这样对你来说是最大化的最优解的。

那再往后，如果你根本不在这个行业里面，你就是一个炒股的人，应该做什么呢？很简单，你现在要炒的确实不是那些怎么说更往前看的公司，因为你不是站在那个来，我上的人，你需要的是等这个浪花起来之后，然后再进去，所以这就相当于是你投资特斯拉的时候，你现在投资大家都已经看懂，你再投就意义已经不大了，那么你现在需要投资的可能就是怎么说第二波，第三波的，比如说这个百度造车，百度这些这几天长了好多嘛，比如说百度造车，他其实就有点偏向于学苹果这一套东西，而不是简单单纯的跟未来和小朋友一样做硬件，大家懂了吗？

这就是说，你怎么看这个人工智能驾驶这一块儿你该怎么去在里面赚钱，就这样的逻辑，首先就是根据不同的角色，不同的这样一个状态，你要选择不同的这样一个口去切进去，你既不能变成这个第一批死在浪的人，也不能第二批也不能变成最后一批，这个踏上，这个夕阳浪潮的人，你要选择在合适的时间点切进去，这就相当于是你，你从科研，然后和非科研以及行业从业者，在从一级市场，从二级市场再上一个普通的小散民，你要这样排序下来，他的进入进入这个行业的速度是要逐渐变慢的，大家懂了吗？其实这个逻辑就是跟上面是一样的逻辑。

那么这一套逻辑啊，其实需要的还是你整个正方体模型，大家发现了吗？因为你说你这个人工智能驾驶和这个短视频大家想有什么关系啊，但其实他们在这个纵向就是在这个长方形的这个高上来看，其实他们就是一样的，因为我之前刚才说过的嘛，对吧，大家发现了吧，那么如果你再去往回推，其实你还在挑硬件，那么这可能就是跟上个长方形，有长方体又有关系了，所以这就相当于是如果你能把这套东西吃透，其实你分析一个事情就是能够非常透彻的，分析透彻之后，你再去思考我从哪个角度切入，你这样做事情效率会非常非常高的。

群内讨论：社会理解力凌驾，认知到底有什么用？（微信：jingyun145145）

今年有老学员也报名了新的，群内聊点更新的：

- 1 如何用正方体思维理解互联网流量生意的本质？
- 2 为什么做生意的大部分内核是分销和经销体系？
- 3 如何理解美股科技股白马化？
- 4 如何理解数字化转型背后的意义？



1. 互联网流量生意的本质？

很简单对吧，就是我们最后这一块儿就是让数据消费起来，然后把它商业化，就这么简单，那么抖音是什么呢？抖音当然是让所有的人通过这个已经造好了，这个有摄像头的手机拍出视频内容来，然后让他们滚动循环起来，然后把他们消费出去，消费出去之后，大家可

能什么叫消费呢，那就是可能你回到家之后打开抖音刷半个小时，这就是消费啊，因为你消费的时间吗？那么在这基础上，抖音就可以把它所有的流量卖到这个移动他所谓的这个移动平台上就这么简单，那么所就是卖到这个巨量引擎上，然后卖给其他的商家，钱就出来了。

对吧，就是我上面说的这一套东西，就是整个调理后半部分的东西，互联网只要做到了，他就可以把这个把你的时间卖出去，所以互联网里面有句话吗？免费是最贵的，什么是免费的啊？免费就是你时间啊，你花了时间，他把你的时间卖出，广告就这么简单，这就是互联网裂变的最好的手段，那么你说你作为一个产品经理，你说我要把产品做好，你最后这块儿都做不好你，你说你谈什么成为一个成功的商业产品经理呢？那如果你前面这一块儿这个。都没有打好是吧，比如说这个你，你说我要做这个一个 VR 系统，你现在手机都没有普及，VR 的时候你说你要把这个数据变现出去，怎么变呢？链条都跑不通对不对，这就是说，互联网这个思维在往这个下层普及的这样一个思路啦。

那么我们可以在再多说一点啊，那为什么抖音他会你会觉得他的这个给你不断的进行这个所谓这个算法推送，然后你会发现这个抖音上面的这个粉丝粘性非常低，这是为什么呢？很简单，因为抖音他做的一点是把所有的数据进行中心化，就是抖音，所有的流量数据全部在他的手里面，那这样的话其实就相当于什么呢？就相当于所有的用户在里面消费。就是在替他打工，然后他把所有的这个数据全收集起来之后，然后卖给其他人，那大家知道这个之前微博犯了最大的错误

就是他的整个流量是非去中心的，那么就是所有人都可以接广告，然后所有人都可以背着它去广告，那这是不行的，抖音最残忍的一点就是它所有的数据全掌握在他自己手里的，这一点就是在整个制度层面进行了创新。

2. 为什么做生意的大部分内核是分销和经销体系

好，那么我们看第二个问题啊，为什么所有的生意都是分销和经销的本质呢？这是什么意思呢？那这个要从经济学说起，经济学其实就是我们，你可以这么理解啊，就相当于是我们第一个大正方体的某一个部分，然后分出来之后再和第二块儿正方体之间在交叉一下，就这个比较拗口，你可以把它理解为是一种更高维度的结合，那么其实这个生意的分销和经销呢，它是来源于整个传统经济学里面的这样一个概念啊。传统经济学呢，我们会在上课会讲，大家不用急，简单来说就是这个整个生意，微观经济学分两块儿，上面一块儿是从生产端和出发，然后下面一块儿销售出发，那么上面一块儿 supply，下面都是 demanded，他这样一个循环，构成了整个微观经济体的这样一个结合，那么，分销和经销体系，目的就在于把你的所有的货物从生产端卖出到销售的。

从生产端卖出到销售端，那么其实你在去套用更大一层的逻辑，就是在整个行业里面，这个供应链里面这个分销和经销扮演了什么角色呢？很简单，因为我作为一个生产者，我这个东西卖不出去，那么我理所应当需要这个渠道端来帮我把东西卖出去，那同样的我消费者，我不可能天天去工厂买东西吧，我需要去通过各种渠道来把这个

东西获取出来，那么其实他就已经扮演了一个整个长宽高里面的一个，就是让你连这样一个连接器的这样一个作用。

那所以你会发现这是因为我们这个正方体是不可能找他的，我们需要这样一个稳固的这样一个循环，那么这个社会里，永远都需要渠道和这样一个分销和经销体系，那么大家知道啊，这个如果你做销售，你会懂这个传统，这几十年来我们任何行业，包括你说广告，传媒行业，任何行业，我们的这样一个体系大部分都是什么呢？就是从你整个公司出发，然后直接到分销经销，然后到零售，然后才到我们消费者手里，那么大分销商可能很多都已经上市了，然后之后下面会有经销商，然后经销商再去，有零售商这样一层一层铺开，把所有东西卖给所有人。

那么后来呢，我们有了新电商，然后呢，比如淘宝阿里啊，这个拼多多，京东这些，那么这些呢，就构成了第二条腿就变成了新通路，其实他们也算是日所有的这样一个品牌厂商和这个生产这个厂商的这样一个渠道吗？也生产出来之后，可以通过他的这个平台卖出去，他直面消费者的，那么虽然有这个，但是我们的传统分销体系还是一直很稳固，那这个就是跟我们整个经济和政治有关的，为什么呢，很简单，因为电商是逃税的，那电商是不交税的或者是交费比较少的，而且电商呢是不能提供更多就业的，大家懂了吗？

这个整个经济，整个经济发展三大要素啊，我需要空通货膨胀，我要 GDP 增长，而且我要人口失业率降低，我觉得我要保持就业率，那么电商呢，在两块儿，就税收这一块儿，和这个整个这个就是就业

率这一块儿呢，都没有太大贡献，你知道大家知道吗？如果是同样一个逻辑啊，如果你放到传统的这一套理念，其实能够养活很多人呢。你说分销那个很多公司啊，经销商，零售商有很多公司啊，我怎么去养活这些人呢？对不对？所以传统的分销永远不会消失，他是跟政治和经济绑定是非常死的，那当带我们说这个电商他不可能吃掉 100% 的市场，它最多可能就只吃到 6%-7% 成的市场，这是整个大逻辑所在。

好啊，那既然想到这一点啦，那我们在反过来说反过来想啊，就是现在有很多新消费品牌，这个什么所谓这个搞了个名头吗？比如说什么新新国茶呀，然后什么新那个猫粮狗粮啊，这些东西你发现他们就开始走的都是这个电商，但是国家就一直不支持这一块儿，为什么呢，大家想通了吗？那大家在想一个更极端的例子啊，我估计大家都吃过这个三只松鼠是吧。他们最开始就是搞什么坚果的吗？最开始他们是从电商做起来的，他们为什么后面还要搞这个传统渠道呢？为什么还要进这个超市呢？为什么要进 711 呢？为什么要搞工厂来来？那个大四搞这个就业呢，为什么呢，也是同样的道理，因为他要上市啊。你懂了这一点，也就懂了分销和经销体系的在我国链条里的作用了。

好啊，那这两个问题结合会变成什么呢？看我们右边的第一个小框叫纽西之谜，我估计我们群女生应该知道啊，这个就是在抖音上卖的一个非常好的这样一个化妆品，什么什么唇膏，面面唇膏面膜什么的男生我估计不知道啊，她在抖音上卖的非常好，那么他其实就是借助了我们第一条说过的这个互联网渠道变现端，她在抖音上投了好多

钱去买他的流量，然后呢，他其实第二点。他把大量的这个流量用到干嘛呢，用到拓展渠道上，无论是微商还是这个线下渠道拓展这个上，然后把这两者结合之后，他在整个这个互联网就卖出了很多很多的面膜，那这是他最大的，这里还得所在，它是两者结合的，但是这个产品怎么样我是不敢恭维啊，但是这不妨碍它在里面卖的非常好啊，这就是中国吗？

那我们再看一个正面例子，这个元气森林大家都说呀，他是这个超了日本的这个啊，这个口，这个小清新的口号，然后可能上升的比较好，然后才火起来的，那大家知道吗？这个元气森林啊，他最开始渠道，这次做得有多强，大家知道吗？他可以做到让中国很多三线城市的这样一个夫妻店，就是那种你楼下店面的夫妻开的小店都可以进到货，那大家知道这个链条，你是需要很多分销商和经销商的管理能力的。这个不是单纯的说，我在这个淘宝上卖一个广告就 OK 了，做生意没有这么简单的，那他把这套出头之后，他才能够把这套东西啊扑下去，大家知道，最开始这个元气森林的这样一个有一个联合创始人，其实他能够把中全中国所有的超市所有的大客户都能搞定，包括说 711，大家发现去 711 的时候，这个一每个这个柜台上上面。

那大家知道啊，就是 711 这个，每个柜台上面都有 ID 的，就是我这块东西我卖哪个东西我才能最赚钱骂？比如说我这一小块，我就应该卖蛋糕，因为它毛利率最高，我放在这里他最赚钱呢，曾经有一段时间在中国大部分的 711 里面，便利店里这个元气森林都是放到那个最显眼的位置，这个位置是最赚钱的，就是说是需要给萧提供最

高利润的这样一个品效结果。他居然被原始森林占领了，这绝对不是仅仅这样一个电商能够搞定的，他的这个渠道能力是非常强的，那么你懂得这一点，你才懂得在中国什么叫做生意的本质，而不是天天在家坐着想是吧，哎呀，我要创业，我要搞个新品牌，我去淘宝卖，这都是太浅层的逻辑了。

3. 如何理解美股科技股白马化

好啊，那我们第三个问题啊，如何理解这个美股科技就美国科技股白马花呀，这是什么意思啊？就是在中国白马，什么茅台这个五粮液啊，这个各个领域的龙头是吧，包括这个平安格力电器这些东西，那么为什么说大家发现在美国这个 Facebook 苹果这几家公司，包括啊，木子已经构成了美股最坚挺的力量呢，他是为什么呢，就已经成了美股所谓的白马呢，这个也很简单，因为像我们之前的逻辑分析的，他已经构成了整个政治的一部分了。向我们毛之前茅台说过的，茅台跟整个商城省政府绑定，这么身体已经算是一个办政治办经济办实业的这样一个综合体了，它已经不是单纯的实业了，他同样的，为什么说美国前几年啊？这个啊，这个传统上台的时候，整个这个这几家公司都这么慌张呢，为什么呢，也是同样的道理，因为在无论是在中国，在美国，无论是历史还是现在，从正方体来看，其实到。无论从整体来看，还是无论从那个中中美来看，还是说从现在和历史来看，还是说你从政治，经济和实业来看，无论在哪个国家，其实这套逻辑都是一样的，它都是已经开始脱离了整个整体，实业开始变像政治，甚至说他已经算是绑架的这样一个经济层面了，所以美股的科技股，他早

就已经是大而不倒拉相阿姆斯，如果说一旦暴跌的话，整个美股整个萨克整个这个纽交所全会受到牵连，那这就是已经算是大而不倒的状态啦，那么他已经完全渗透到整个政治，经济和实业层面里面了。

4. 如何理解数字化转型背后的意义

这个数字化转型啊，大家都说说把这个所有东西上云对吧，我企业不需要养自己的服务器了，我要把所有数据传到云上面，然后我所有的这个业务都可以云上画，那云化之后呢，大家看最右面这个图，这个东西就是一个就是微软的这样一个云服务平台，阿云游戏平台什么意思呢？就是你以后玩游戏，你可以不通过任何的手机啊，就是也不需要说非常好的电脑，你通过任何手机，这个平板儿，甚至说屏幕在。你就可以连连到他们的这个评云平云游戏平台上去玩，他的游戏不受任何的这个硬件限制，那大家再回想一下我就刚开始说的这个这套逻辑啊，如果说数字化转型最大的意义是什么呢，数字化最大的意义是把硬件这个入口给消除了，这是最可怕的。

当你硬件消除之后，其实任何行业的底层逻辑都可以发生变化，大家发现了吗？比如说这个我抖音，我这个拍短视频我不需要借助手机拍了，我任何东西都可以拍，都可以传，那么其实他的这个平台，它这个抖音，基于这个苹果和安卓平台就已经意义就不在了，那他一定会非常慌张的，对不对？那同样的，我如果可以玩游戏，我不需要买 PS5，我就可以在这个很廉价的电视上玩到最新的游戏，那么你整个硬件这个入口的概念就没了。

那硬件概念没了之后，后面这整个一套数据收集，然后变成内容，

然后开始消费，然后商业化就已经全没了，那么你这个行业的整个的这样一个商业模式就已经完全被打破掉了，那么这个才是数字化最可怕的一点，那所以大家懂了，为什么说 20 年前 Amazon 做 aws 的时候就是它的这个云服务的时候，当时很伤人，看得清，但是坚持买那个人的话，一定会大赚特赚的，为什么就是这个道理？

那同样呢，这个阿里云平台啊，到目前为止还在亏损的，那已经连续很多很多年投了这个好多钱，因为他抄的是阿玛，那是为什么还是一直在坚持呢？也是这个道理，就是生怕有一天啊，这个硬件入口改变了，没有啊，那么，你所面临的所有的商业逻辑都会发生剧烈的变化，这才是数字化最后背后最大的问题和最大的威胁，所以现在任何大公司都在搞数字化，这是背后的道理啊。

讨论

1. 耳机上的传感器获取什么数据？跟 icar 怎么联系？

答：好，86 这个问题啊，很简单啊，因为我先把这个量铺起来，那么我是不是中间硬件这个量就有了？当大部分都用这个苹果耳机的时候，我这个时候我有这个数据的话，我你上了那个，你上了这个汽车之后，你就会用我的耳机啊，我就会收集数据，那么这些数据都会回到苹果手里面，那么爱看一定会做起来的吗？就是我说的那个逻辑嘛，对吧。

2. 互联网公司基本就是基于硬件/软件平台的数据公司，商业模式本质是服务广告公司。所以小米也是一定会造车的是吗？云大看好吗？

答：一定会造车，这是硬件入口

4、云大关于电子烟怎么理解，这个不会伤害到税收吗

答：反而有助于，这个行业闷声发大财，00 后都被攻陷了

5、如何判断一家小公司是否能背靠资本或政府成长起来？比如政府愿意提供土地建厂算吗？

答：从公司侧，看现金流和商业模式是不是健康，这是底子

6、能否理解为：中国目前最先“抄袭”美国造车模式的公司现在就可以关注了

答：一定会爆炒【重要】众筹新课联系微信 1225791460

7、华为多次宣布自己不造车但由成立车 BU 事业部，他们的布局思路有研究吗？

答：和 aws 学，做基础服务

8、请问，在中国，传统基建行业，在未来还能否继续保持和政治、经济的绑定状态？（类似美国科技股）

答：会持续，但这一行大钱，普通人赚不到

9、云大所说的测距传感器是指激光雷达吗？如何看待苹果 CAR 走的激光雷达路线，而特斯拉还在走视觉路线呢？如果激光雷达是未来的方向，国内未来要科创上市的禾赛科技（美股 LAZR）是否值得高看一眼？

答：值得，特斯拉的路线是为了避开自己的弱势

10、特斯拉有硬件，中国也有自己的小鹏、理想汽车，为什么要

花这么大的力气引进特斯拉，主要在学习模式中的哪个部分，数据到内容到消费吗？

答：240，这个问题呢，其实就是很典型的问题，就是在我国呀，如果因为刚引进特斯拉，之前我们的新能源这一块儿其实是一直是补贴的，市场很乱非常乱，那个时候需要一个破局者，如果那个时候这个上海不把特斯拉引进来的话，其实中国这个市场还是继续烂下去的，就是它需要一个鲶鱼效应吗？

11、雄安新区已经有商品房建设（国企建设，内部认购，初步定价为 15000 元/平米），与原有只是公租房的政策不一样了，请问对这一消息所释放的信号有什么看法？是否意味着雄安新区及周边区域有新的房地产投资机会

答：没有，有工作机会，雄安房子别想了

12、云大，我问一个跟我自己行业有关的问题。目前由于移动互联网的兴盛以及其他娱乐方式的丰富性，家庭对于 TV 的需求越低，且 TV 行业竞争早已白热化，那么对于 TV 来说以后的路在哪？至少 TV 制造商目前没有收集和利用数据的能力，建设能力也很难

答：抱小米大腿，和石头机器人学，做生态

13、抄袭特斯拉的新能源三小强，已经爆炒过了，还会炒么，或者在国内公司爆替代者

答：说的就是国内

14、云大，有人说，钱的本质是人力，比如购买人力，是实现某个或某种人类意志的力量。听到过你说，钱最好把它当成工具来使用。

我会很疑惑的一点是，应该怎么去看待钱这个问题？如果是从赚钱的角度来看的话，似乎满足了人的需要就能从人的口袋中掏钱。那么支撑钱的底层逻辑是什么？能赚钱的逻辑是什么？

答：阶段不一样，钱是杠杆，也是买时间的东西，社会运转的润滑剂

15、云大怎么看英伟达这种硬件与软件供应商？未来会被颠覆吗？

答：不会，他们的战略很好，改天具体说

16、云大，新消费品牌的崛起，比如化妆品、饮料、酒水、珠宝等等，创造的价值是什么？是满足社会发展/心理层面吗？好像用不上数字化趋势

答：资本推动了一波，最后还是要走分销和经销渠道

17、云大 怎么看抖音快手这些流量商业化的公司 未来国家会接管这些数据么

答：有接口，内容都是受监管的，没必要接手。

18、请问云大，云大提到过今年 A 股可能会美股化，震荡后再走出来，刚刚又提到了美国白马科技股。那是不是说在去年至今美国大放水的前提下，美国未来白马科技公司还是会有很不错的发展（体现在股价或者市值上），这会倒闭中国的科技企业发展么，会如何反应出来？

答：还是会有发展

19、请问，数字化转型对云平台企业是无限有利，那当下一众实

体零售企业搞数字化岂不是把自己变成了平台的渠道，最后变成韭菜？转型对这些实体来说是否有意义？

答：先赚钱吧。数字化短期可以让大家更省事儿，至于是不是自己是给平台别人打工，没办法。这种企业要做品牌，构筑护城河，然后做自己的渠道，就像今天讲的

20、医疗供应链端呢？to B 端的数字化转型会不一样吗？

答：不一样的逻辑，tob 更需要思考政治经济实业的逻辑

21、企业应用中的仪器设备作为硬件入口，有没有可能被消费以及如何将数据转化成商业化

答：没可能基本，这些都没法线上化

22、to B 端的数字化转型云大可以提点下思路么？

答：tob 另外一块是各种客户，这个线上化你提供的其实是服务，这就需要你绑定政府了。

23、医药行业还有分销经销逻辑么？4+7 带量采购往后有可能一票制，药厂到终端？医药流通公司是否会被快递公司取代？

答：不会，但是互联网医疗会切入，但不会切入太多。因为医疗领域是有既得利益的，和电影行业一样

24、@惊云 martin 从事设计行业和地产行业十余年，现在出来和朋友开了建筑和设计规划的公司，想问一下这个行业的未来的趋势。因为行业竞争比较激烈，大多都是关系+ 低价竞争的模式，那如何在这种情况下进行破局。

答：资源导向，先低价接活儿积累资源，后面争取总包。

我也在设计行业，但是现在总包都是施工方主导的更好一点。设计主导的总包还是被施工牵着鼻子走。 我都不想跳去施工方学习几年了。

不是总包，我用错词了，是把整个公司的项目打包卖给你的意思。

25、云大，请问推荐的书籍看的时候有先后顺序吗？如何更高效的阅读一本书？

答：这个我有点体会，先看目录，建立框架，梳理出体系，然后只看你需要的那部分，不用全部都看

26、请教云大，按照未来三到五年的社会走向，如果有一个行业即将大放光彩，会是哪个行业：传统金融的转型？消费智能硬件的升级？汽车的智能和普及？5G 铺展开后的互联网新机会？教育医疗的线上化？还是其他

答：医疗，数字化，人工智能，还有区块链吧。。

27、智能驾驶领域感觉网络安全还是蛮重要的，应该是未来真正实现智能驾驶后的必备软件服务，深信服、奇安信这样的公司有潜力吗？还是说网络安全这块现在局势还看不清？

答：有，但是安全不是先行的，二级市场反映都慢一步，所以不是现在切入的时机