

共两部分：

1. 惊云老师在禁言群的讲授

2. Q&A 环节

惊云 Martin：

我先讲讲上一期的正方体模型到底该怎么用，怎么赚钱，然后剩下的时间，我们再讨论 2021 年的一些趋势。【重要】众筹新课联系微信 1225791460

首先呢，我带大家看一下去年我是怎么用正方体模型来分析人工智能驾驶，还有新能源汽车

社会理解力凌驾（微信：jingyun135135）

李想 来自微信，发布于 2017-05-08 10:52

特斯拉(TSLA) 特斯拉最近股票狂涨，负面也特别多，这季度的大幅亏损就是 Model 3 投产前的大坑而已，生产设备、电池厂、模具、夹具相关的巨额投入。

我重申一下我的看法。特斯拉的市值在 2020 年百分之百可以达到 1000 亿美金，最高看到 2000 亿美金。因为，目前为止懂得什么是【智能汽车】，并具备相应能力的汽车品牌，只有特斯拉一家，诺基亚、爱立信、西门子等，甚至算上还有手机的摩托罗拉，到死也没明白什么是智能手机，传统的汽车品牌很有这个趋势。

广告·汽车媒体·汽车服务和运营商，李想的正方体思维是怎么运作的？是怎么具备社会凌驾理解力的？

群内讨论，让你理解正方体思维的残酷和可怕

特斯拉(TSLA)美股实时行情 老虎证券

老虎证券 东方财富

564.82 美元 -7.38 (-1.29%)

盘后 559.05 -7.7 -1.02%

589.18 509.99 472.89 563.71 555.21

分时 5月 9日 1月 14日

总市值 6800.75 (+0.58%) 流通股 434.91 (+0.93%) 今开 576.99 昨收 572.20 最高 573.95 最低 554.25 成交量 1436.34万 市净率 - 每股收益 4.7 净资产 1045.25亿

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。

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？

其实这就是典型的正方体思维。

首先，李想本身是出身于这个汽车之家的，汽车之家是什么呢？它其实是一个汽车媒体行业，可以说是一个汽车媒体吹的一个平台。

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？首先媒体行业本身，特别是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。

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？

首先他打通了上下游，就是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？

那就是再往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，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，它就会发现原来整个产业上下游电池已经有了很多进步，然后整车装修有很多进步，然后包括数据载体有很多进步，那么他自然而然的就去做了。

所以其实很重要的一点，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。

所以他去判定特斯拉未来会怎么样，是非常非常容易的事情，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，为什么人工智能驾驶我们该走哪一步？

首先大家知道任何内容都是需要载体的，那内容呢，当它是数据的时候，他就不是内容，因为数据内容是内容，举个简单的例子，那么我们整个硬件侧，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。把一条数据把一条这个文字编出来，让他有这个内涵，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。

那么当数据被消费之后，他才有了商业化价值，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。

那大家想一下，我最讨厌的这个抖音，快手他们是怎么起来的呢？

因为我们的这个成像系统，就是我们手机设的视频系统，就是后面整个这个摄像系统，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，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，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。

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 2B 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，他如果想杀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。

这个数据就是每个车之间面对各种路况的这样一个反应嘛，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？

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器件了对吧，你需要有各种这样的软件在里面，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在 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 IPHONE12PRO 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。

大家可以搜一下，air pro 耳机是加入了测距的传感器。

那么它是用来干嘛的呢，很简单，为了苹果的这个 I car 整个系统服务的，那苹果可能不会照应见车啊，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？

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步，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。不仅是单纯的新能源汽车，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？这就是为什么苹果风风火火的把这个 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。

如果你理解到这一点，基本上你就能看懂特斯拉的价值了。

任何新技术行业，基本都是这样的逻辑。

那么做完特斯拉之后呢，我们再想一下，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。

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



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。

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契机，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？

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鹏一样做硬件，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。

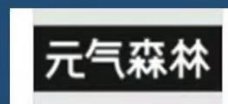
你理解我这一套模型了，你去看人工智能驾驶，你就会非常非常透彻。

我再讲一讲一些更新的，大家去思考一些思路【重要】众筹新课联系微信 1225791460

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？



那大家理解，我去年讲这套逻辑之后，那么你再去套用正方体模型这个思维啊，来想一下我们这个屏幕的第一个问题，这个互联网流量生意的本质是什么呢？

很简单，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。

这是抖音的可怕之处。

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。

注:

分销商和经销商都是中间商,即处在生产商和消费者之间的渠道。

二、区别 1) 分销商和经销商是产品销售的不同层面的两个重要角色。

—般产品流通流程：

1 制造商-〉代理商-〉分销商-〉经销商-〉消费者

分销商一般只做渠道不做终端，而经销商主要面对终端客户。

分销商承担压货风险，相当于产品方的物流仓库，需要很大资金的底盘，各经销商从分销商的拿货 价一般较固定，可根据情况享受不同的帐期；经销商通过在厂方的备案，如销售到一定量，可以从 厂方拿到返点，而增强他们成为经销商的积极性。

2) 制造商授权与否不同

分销商获得制造商的正式授权，一般可以销售全线产品，代表厂家处理业务；经销商虽然能够在制 造商处购买产品，但没有得到原厂授权，原厂也不会返利。

3) 分销商不承担推广品牌的义务，而经销商需要。

前者代表：北大方正（华为 3com 分销）；后者代表，如很多华为 3com 经销商

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？

整个经济发展三大要素，需要控制通货膨胀，要 GDP 增长，而且要人口失业率降低，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。

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，便利店里面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。

你如果想创业，这一套逻辑太重要不过，好好理解。

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，它已经不是单纯的失业了，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。

那最后，说说数字化转型的意义

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。

这就是大家怎么用正方体思维来思考世界发展，思考新浪潮的一些简单的例子，随着你知识积累的深入，慢慢你就会发现你想的比别人永远快好几步

到那个时候，大部分人在你眼里，就和小孩子一样了

这个逻辑很有趣，大家去查一下，苹果耳机 pro 最大的更新，就是那个元件。偷偷的。

如果你理解这一套，那么现在单纯的造车，在美国肯定不值得大买了，

但是正方体思维到了中国，又延迟了，阿里云比 aws 慢，

同样的，任何行业都会慢，所以贾跃亭必须回来赚钱，所以恒大汽车必须出现，所以伤害必须把特斯拉弄过来

政治逻辑，经历逻辑，实业逻辑就是这么串联到一起的。

好了。这就是我想给大家分享的，大家回去仔细听，分析分析，很快就会发现人和人之间为什么有思维差距了。

Q&A 环节

Q: 耳机上的传感器获取什么数据？跟 icar 怎么联系？

A: 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，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，那么这样看一定会做起来的吗？就是我说的那个逻辑嘛，对吧。

Q: 1、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？2、数据化变革既然如此具有颠覆性，会不会因为消灭了太多的产业而受到打压？

A: 一定会造车，这是硬件入口。

Q: 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？

A: 还是我们前面的逻辑，要看哪个公司现在正政治资源比较多，就是它能够接到政府的活儿，以及能够接到很多金融测的活儿，那他一定是很值得做的。

Q: 云大关于电子烟怎么理解，这个不会伤害到税收吗

A: 反而有助于，这个行业闷声发大财，00 后都被攻陷了

【重要】众筹新课联系微信 1225791460

Q: 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？

A: 从公司侧，看现金流和商业模式是不是健康，这是底子

Q: 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

A: 一定会爆炒

Q: 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?

A: 和 aws 学, 做基础服务

Q: 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)

A: 会持续, 但这一行大钱, 普通人赚不到

Q: 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是否值得高看一眼?

A: 值得, 特斯拉的路线是为了避开自己的弱势

Q: 云大, 消除了硬件之后, 不是也可以开发 app, 然后去实现数据的收集吗? 为什么逻辑会全部变掉?

A: app 没有依附, 问这个问题, 还不理解互联网呀。哈哈

Q: 数字货币会对我们以后的投资的资产产生什么影响?

A: 只有比特币会

Q: 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?

A: 其实就是很典型的问题, 就是在我国, 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?

Q: 问题一: 第一讲中: 各行业, 政府部门, 经济, 实业的主线是单点的, 可以理解成如果想要了解这个行业的定调和发展趋势, 是不是重点阅读该行业对应的政策文件是最高效的??? 这里的线条都很独立, 但是正方体思维中所有的轴都是相互关联的, 这两种拆分纬度的差异和视角是?

问题二: 第一讲中部分实业, 如汽车部件这种从传统概念上来看属于制造业, 但是由于新能源汽车的产业发展关联了这部分内容, 所以对其影响更大的是发改委, 想请教云大是如何对产业进行分类的, 既行业所处的当前阶段, 哪个政府部门的影响更大

问题三: 第一讲中各政府部门对经济实业影响的关系和比重图, 涉及到多个行业和关系的梳理, 云大是如何总结出这种视角, 以及梳理和定义这些产业链关系和比重的思路和素材是如何积累的???

A: 第一个问题, 其实是这样的, 你需要综合来看, 那么第二个问题呢, 就是我说的这个新能源行业不是只制造行业, 他跟生产侧没关, 我们说的是整个经济学里面, 这个下面这一块儿懂吗? 从销售开始, 他跟生产这一块儿是玻璃的生产, 是给代购也可以自己生产吗?

Q: 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

A: 没有, 有工作机会, 雄安房子别想了

Q: 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

A: 抱小米大腿, 和石头机器人学, 做生态

Q: 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?

A: 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

Q：云达怎么看英伟达这种硬件与软件供应商？未来会被颠覆吗？

A：不会，他们的战略很好，改天具体说

Q：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

A：资本推动了一波，最后还是要走分销和经销渠道

Q：云大，今天说到 21 年选择大公司，消费行业，云大看好大外资嘛？还是建议往内资看？谢谢

A：不太看好

Q：云大能不能举例讲讲社会思维中侵占别人的时间是怎么样的？没转变过来

A：付钱，或者压榨，或者找下属，这都是。时间是无价的

Q：刚才看也有同学问第四范式的商业模式，对此我也很好奇。据我了解，目前这个公司主要靠四大行的单子，和各行业 KA 客户的定制化服务赚钱，总体看还是亏钱的。主打产

品先知 AI 操作系统，用户定位和场景其实还很模糊，客户买了也用不起来，很难靠卖标准化 AI 平台产品实现低边际成本高利润的商业模式。云大怎么看@惊云 martin

A：金融游戏，by 资本上了，他们要上岸了

Q：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

A：有接口，内容都是受监管的，没必要接手。

Q：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？

A：还是会有发展

Q：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？

A：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

然后绑定政治，经济，就彻底活下来了。

时间是大家最值钱的东西，别怕花钱，能花钱买来的人力，思考，认知，太便宜不过了。

Q：医疗供应链端呢？to B 端的数字化转型会不一样吗？

A：不一样的逻辑，tob 更需要思考政治经济实业的逻辑

我再强调一点，不要留在小城市，如果必须，那孩子一定送到省会，未来的两极分化会超过大家想象

Q：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

A：没可能基本，这些都没法线上化

Q：to B 端的数字化转型云大可以提点下思路么？

A：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。

产品可以走渠道，服务的线上化不通过自上而下，做不了。

【重要】众筹新课联系微信 1225791460

Q：国际教育怎么样？我一个杭州朋友，家里是地产商，为了孩子上学买了某小国永居

A: 可以考虑。

Q: 互联网直播方向，目前云大怎么看

A: 段视频之后的另一波消费，秀场和直播是两种商业逻辑。秀场主要还是传统生意模式，直播是切了渠道生意而已

Q: 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？

A: 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

Q: 政策性银行算是经济还是政治？经济侧（银行）的 IT 岗算是实业还是经济？其在经济侧中地位和性价比如何？

A: 第一张图说过，政治 + 经济，尤其国开行，进出口银行和人行

Q: 想问下人力资源行业

目前这个行业里做工具的公司都赚不了钱。卖信息的公司营收也有挑战。

而人力资源行业的交易实际上利润很高，但资源极度分散。

所以很多公司都在从交易侧跑。想问的云大的是：

这种在传统人力资源公司跑出来巨头公司的可能性大，还是互联网巨头公司跑出来可能性大。因为两者现在逐步在交汇。

A：还是后者吧，这个行业效率提升很重要

Q：同关注这个问题，淘宝已经走通了直播的路，下一步电商流量使用的升级方式大致在哪里呢？

A：我个人觉得，应该会供应链吧。辛巴这种模式。

Q：@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规划的设计公司，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。

A：资源导向，先低价接活儿积累资源，后面争取总包，总包即把整个公司项目打包卖给你。

Q：大多数微商都是庞氏骗局，哈哈，小部分能活下去，没有红利期了吧

A：渠道创新，真正的微商最值钱的东西，是私域流量玩法（《微信思维》、《流量池》）

Q：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

【重要】众筹新课联系微信 1225791460

A：医疗，数字化，人工智能，区块链。

Q：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？

A：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

Q：请教云大，对马术产业的未来发展怎么看？

A：只能吃高 arpu 市场，和国际学校合作

Q：我作为一个刚毕业 7 个月的人现身说法一下。云大说的学生思维真的很容易依靠惯性带入工作中，可能每个人不同，但是对我而言我确实是想把每一件经过我手的事情做完美。完美需要大量付出时间，且很多任务极其琐碎且浪费时间。关于“被人侵占时间”也深有体会，我就被领导要求干一些诸如“送快递当客服”的事情，且常常发生。对于这种被剥削，确实刚入职没得选，但是我后来发现，可以选择的可能是岗位：比如，这个公司给你的这个岗位会有一些专门的人做琐碎的工作，但是那个公司没有，啥都得自己来。还有就是，学会拒绝。

A: 尽量想到 3 成就去做，别想着把所有计划都弄好，没有纰漏了再去做，这是最蠢的。

更成熟的做法是，不期待任何事情是完美的，有一成能做的，就去做，再反复修正迭代，看上去 9 成把握的事儿，不仅不应该这么想，更不能去做，一旦做了几次，容易学不会弄脏羽毛。更不懂拒绝。

群友：刚入职场的話，杜绝完美主义，带着自己的思考去加强沟通，逐步完善自己的思维逻辑，注意人际关系。提醒一点，因为信息的不对称，你所认为的完美可能在领导眼里什么都不是。

个人建议，仅供参考。多跟你的直线领导沟通交流，他是决定你升职加薪最重要的人。

工作中的利益相关方保持合理距离，别太闷。多跟团队部门中的不可替代者学习，搞好关系。

以上的大前提，你得有价值。