



福兮祸所依 祸兮福所伏

# 2020 中国互联网行业浴火新生

■新快报记者 郑志辉

站在2021新年之始,回首2020,很多人都会慨叹一句,“真是魔幻的一年”。对互联网人来说,行业的2020年也是“魔幻的一年”,各种“黑天鹅”“灰犀牛”事件满天飞,很多时候反应不及变化快,真是应了那句古话——“福兮祸所依,祸兮福所伏”。

尤记得,2019年末,在凛冽的资本寒风中,互联网企业忐忑不安地走进新年,准备迎接可能是史上最惨烈的存量市场厮杀。没想到,2020年初,疫情“黑天鹅”突袭,反而激发了互联网行业的“二次红利”,在线办公、在线教育火了起来,下沉市场的二次开发也让电商、游戏、社交、资讯等已经内卷严重的领域有了很多新机会。

根据QuestMobile的报告,互联网是疫情过后恢复最快的行业,且抢占了更多的市场,2020年前三季度社会消费品零售总额的网上零售占比已接近30%,增速远超2019年;线上广告抢占了线下传统品牌渠道,互联网广告市场规模增速逐季提升,也高出2019年一大截;《2020年中国游戏产业报告》显示,

2020年中国游戏市场实际销售收入达到2786.87亿元,比2019年增加了478.1亿元,同比增长20.71%。

宅家也深刻地改变了用户习惯,加速了一些行业的爆发,如直播带货,也让一些赛道重焕生机,如社区团购。可以说,短期疫情促进了“宅经济”发展经营模式的成熟。

在国际大环境下,中国互联网企业还遇上了纳市针对中概股上市推出新标准,加上疫情恐慌性因素席卷华尔街上空,中概股回港上市浪潮涌起,网易、京东等多家美股上市公司纷纷回港二次上市,百度、携程也被传正在路上,嘀嗒出行、快手等企业也已分别提交招股书,有望在港上市。

即便如此,2020年内赴美上市的企业仍然不少,既有小鹏汽车、理想汽车等头部新势力造车企业,也有国内在线房屋交易平台贝壳找房,还有一起教育、达达等各行业知名企业。

从市值看中国泛互联网企业这一年的发展可能更加直观。2019年底,市值超过千亿美元的只有腾讯和阿里两家,一年过去,美团、拼多多、京东都加入了千亿美元俱乐部。在百亿美元这一层面,

一大帮“市值怪兽”冒了出来,2019年年底市值285亿美元的好未来还能排进前10,现在,市值290亿美元的新东方只能排名18,前面多了年初至今涨幅高达1000%的蔚来汽车、涨幅355%的B站,还有新上市就股价冲天的贝壳找房、京东健康、陆金所、小鹏汽车等新面孔。

事情往往是两面的,在疫情的“催化”下,互联网以前所未有的渗透率覆盖人们生活的方方面面,这既带来了行业的短期繁荣,也带来了很多问题,比如隐私保护漏洞、滥用市场支配地位、对公民基本权利的侵犯等等,而这些都已经引起了监管的重视。

无论是瑞幸和蛋壳的麻烦,还是蚂蚁暂停上市、一系列的反垄断调查,都意味着速度至上的互联网发展模式将彻底终结,盲目的流量崇拜也将走到尽头。

2021年,跨过疫情这道坎,中国互联网行业依然会重回存量市场竞争的正轨。在彻底纳入监管后,互联网企业将成为带领社会全面拥抱数字时代的火车头,在全民数字化、全场景数字化和全产业数字化中寻找新的发展动力和机遇。