

不按套路出牌已成常态 互联网降维打击有蔓延之势

□特约撰稿 郝若桃

百合佳缘总经理吴琳光最近在接受采访时说“有些对手根本不是沿着你的战场打过来的，你再怎么防御也没用”。对降维打击的焦虑，甚至让他打起区块链的主意。

事实上，这种情况并不仅仅存在于在线婚恋市场。感受一下近年来互联网行业，风起云涌中，降维打击无处不在，甚至许多巨头都是靠这个手段起家的。那么，究竟什么是降维打击？那些运用“二向箔”得心应手的企业又是如何出招的？

吃我一记“二向箔”，互联网的世界还有这种操作？

何谓“降维打击”？何谓“二向箔”？这两个概念均出自刘慈欣成名作《三体》。地球被外星人毁灭，其手段是让地球从三维降至二维，这并非完全意义上的毁灭，但此时的地球已经无法对三维空间的生物产生威胁了。

再说二向箔，这东西是放降维打击这个大招时需要用到的武器，歌者文明的探索者将二向箔投掷出来，要知道，三维宇宙空间是由长宽高三个维度组成，而二向箔一旦接触到三维宇宙，就会使得其中的一个维度无线蜷缩。这样三维宇宙失去了一个支柱，其中所有物质向二维宇宙坍塌，最终溶解成只存在长和宽但高度被剥夺的绝对平面。

明白了这两个概念，就很容易理解互联网中的哪些操作属于降维打击。先说在线婚恋市场，远了不说，就算是搁在三年前，恐怕也不会有人料到，虚拟恋爱游戏会对其形成降维打击。

不论是有心还是无意，这种不按套路出牌操作可以说

是“蒂花之秀”，而且在互联网中，如此“优秀”的操作并不是只有恋爱游戏厂商才掌握的。实际上，纵观整个互联网发展史，许多突然崛起甚至是已成巨头的企业，当初都是投掷了“二向箔”，溶解掉了某个维度（因素），降维打击了传统行业，才得到了出头的机会的。

消解传统维度，阿里、360、小米成功崛起

若是最简练的语言来解释“降维打击”的含义，那就是“不按套路出牌”。

互联网企业中使用降维打击操作最典型的应该是阿里。与传统行业对比，阿里就相当于四维空间中的存在，它的出现从某种程度上来说消解了“距离”这一维度，去掉了地域的维度限制。

这种操作对传统行业而言是致命的。比如开商场，肯定要在客流量高的地区才可能会有生意，但电商不管这些，它根本就不在乎这个对传统商业而言极其重要的维度。在这种不按套路的降维打击中，很多线下企业遭受了前所未有的冲击，也为电子商务的崛起提供了重要的契机。

在互联网企业中，360的成功也是使用了这种操作的缘故。早先，瑞星、江民、卡巴斯基等知名杀毒软件都是靠收取年费的形式来获得收入，这也可以看作是支撑这些软件的核心维度。然而360却严重“犯规”，直接把付费这个维度给取消了。

在智能手机行业，率先掷出“二向箔”的应该是小米。以前销售手机，都是靠代理商和经销商，难免层层加价，最后这些负担无疑会全部落在消费者身上。这种现象从小米出

现开始消解，小米构建自家粉丝渠道，去掉中间商这个维度，这对当时其他的品牌厂商形成了降维打击，也开启了手机销售的新时代。

在互联网中，这样的例子可以说是数不胜数，一一列举实在繁杂也无必要。从以上几个典型的事件中，足可窥见降维打击的杀伤力。

“不按套路出牌”正是符合时代大潮的套路

不可否认的是，每一个家庭、团体、族群甚至是整个宇宙都有其需要遵循的规则，商业也同样如此。但互联网的出现，让许多规则被颠覆，致使不少传统的企业乃至行业遭受了降维打击。

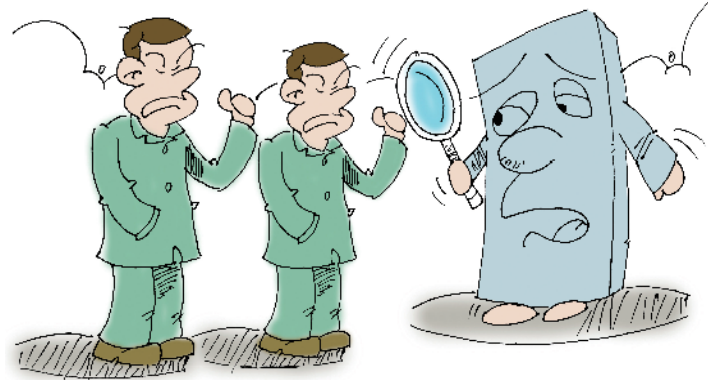
不过，传统行业在遭受降维打击之后也并非完全失去了恢复元气的机会，甚至还可能因为鲶鱼效应的刺激而实现突破走上新高度。例如阿里能够消解掉距离因素引领网购大潮，但却难以打败以体验式消费为主的线下店。体验这个维度，是现阶段电商难以给予用户的，所以相对于阿里而言，这也算是上某种概念中的降维打击，也说明了传统企业并非那么容易就被打垮的。

可以肯定的是，在未来，降维打击这种操作会成为互联网企业的常规手段。

在互联网大潮中，“不按套路出牌”或许本身就是一种套路，降维打击则是实现这种套路的重要手段。在瞬息万变的时代，或许降维打击也会在未来遭受来自更高层次操作的打击，这种不稳定性，也许就是互联网的独特魅力所在。

（本文系作者个人研究之观点，不代表本报立场，作者系资深媒体人。）

图说新闻



你们，都是我的主人？

近日，一对来自俄罗斯弗拉基米尔市的双胞胎，向苹果公司索赔2000万卢布，理由是苹果最新的iPhone X手机内置的Face ID面部识别功能，无法有效辨别二人的面部特征。他们认为，这种情况损害了他们的个人信息保护权，并对他们造成了精神损失。

漫画 / 揭业良

2018 全球大数据产业 将呈七大发展趋势

随着大数据基础设施的不断完善，数据分析和商业智能工具将逐渐成为大数据的主力军。2018年，全球大数据产业将呈现七大发展趋势。

首先，开源大数据商业化进一步深化。随着闭源软件在数据分析领域的地盘不断缩小，老牌IT厂商正在改变商业模式，向开源靠拢，并加大专业服务和系统集成方面的力度，帮助客户向开源的、面向云的分析产品迁移，主要是Hadoop技术将加速发展。

第二，打包的大数据行业分析应用开拓新市场。未来几年针对特定行业和业务流程的分析应用将会以预打包的形式出现，这将为大数据技术供应商打开新的市场。

第三，大数据细分市场规模进一步增大。大数据相关技术的发展，将会创造出新的细分市场。如以数据分析和处理为主的高级数据服务、基于社交网络的社交大数据分析等。

第四，大数据推动公司并购的规模和数量进一步提升。在未来几年中，大型IT厂商将为了完善自己的大数据产品线进行并购，首先涉及的将是信息管理分析软件厂商、预测分析和数据展现厂商等。

第五，大数据分析的革命性方法出现。今年，大数据分析

将出现革命性的新方法，从前的很多算法和基础理论可能会产生理论级别的突破。机器学习继续成为大数据智能分析的核心技术；人工智能和脑科学相结合，成为大数据分析领域的热点。金融、互联网电子商务、健康医疗、城镇化智慧城市领域的应用令人瞩目。

第六，大数据与云计算将深度融合。云计算为大数据提供弹性可扩展的基础设施支撑环境以及数据服务的高效模式，大数据则为云计算提供新的商业价值，大数据技术与云计算技术必有更完美的结合。阿里云技术有限公司总裁胡晓明表示，2018年将是云计算与产业深度结合的元年。

第七，大数据一体机将陆续发布。在未来几年里，数据仓库一体机、NoSQL一体机以及其它一些将多种技术结合的一体化设备将进一步快速发展。据记者了解，中国的华为、浪潮等公司今年将在大数据一体机上有更大的动作。华为IT服务器产品线总裁邱隆表示：“华为服务器在自身高质量、创新、高性价比的基础上，致力提供一个开放的计算平台，通过和业界主流大数据厂家合作，面向客户提供最佳性价比的大数据解决方案。”

（据2月5日《经济参考报》）

资讯

美柚去年实现净利1亿元“小目标”计划国内上市

日前，来自美柚信息科技有限公司的消息显示，公司2017年实现了净利润1亿元的“小目标”。据悉，该数据是美柚CEO陈方毅在公司内部年会上透露的，陈方毅还对700多位员工提出了国内上市和国内品牌的双目标。

有分析人士指出，“这两个目标是相互关联的，国内上市的意义之一也是为了打造

国民品牌”。此前，美柚已于2016年实现规模性盈利。

公开信息显示，美柚成立于2013年4月份，从成立起至2016年8月份，先后完成了5轮融资，其中E轮融资额高达10亿元。截至目前，美柚已从最早的一款经期记录工具发展为一个纯女性互联网平台。来自美柚的数据显示，女性用户超过1.5亿，日

活跃用户达700多万。

一方面，美柚从经期服务切入，进而做社区和资讯，为女性用户提供优质产品和服务，使其女性用户具备高黏性；另一方面，美柚专注于搭建纯女性平台，与品牌商和其它电商保持良好的合作关系，上述两点是其可以游刃于阿里、京东等巨头的关键。

（据2月5日《证券日报》）