

蚂蚁金服、京东云的启示



继蚂蚁金服反复强调自己将会成为数字经济时代的“基础设施”之后，京东云取代京东数科开始以新的面目示人。这是头部的金融科技公司再一次以全新的角色来定义自己，同样昭示着的是金融科技的发展业已进入了深水区。尽管京东云一直都在强调自己的不同，但是，我们还是从它的身上看到了蚂蚁金服的影子。经历了互联网金融时代和金融科技时代的联合洗礼之后，互联网与金融的结合终于找到了本该属于自己的位置。

如果一定要对这个位置做一个总结，那么，基础设施或许再恰当不过了。这既符合金融的本质，又符合科技的特点。因为金融的本质是助力实体经济的发展，而科技的本质同样是帮助实体经济的进化。尽管在互联网时代，建构了一个以线上的平台经济和线下的实体经济为主导二元经济形态，但是，随着互联网红利的出清，越来越多的人还是将关注的焦点聚焦在了虚拟经济与实体经济的深度融合上。

站在这样的关口，金融科技的玩家们再度以“基础设施”来定义自己，不仅符合自己的特质，同样符合行业的发展大趋势。乍一看，这样一种全新的定位是没有丝毫问题，但是，如果仅仅是定位的改变，而没有找到成为“基础设施”的正确姿势和方法，那么，所谓的定位的改变，或许仍然只是一场

概念主导的文字游戏。因此，以蚂蚁金服、京东云为启示，找到成为“基础设施”的方式和方法，或许才是真正将金融科技的发展带离互联网式怪圈的关键。

深度融合，而非简单相加，才是王道

无论是互联网金融时代，还是在金融科技时代，玩家们看待自身定位的问题上通常是以置身事外的方式来实现的。这样一种定位所导致的一个最为直接的结果就是，他们始终都无法实现与实体经济的深度融合。如果无法实现深度而全面的融合，那么，互联网时代所形成的二元经济形态是没有改变的，如果没有这种经济形态没有改变，那么，互联网式的底层逻辑依然是没有任何进化的。

当金融科技的玩家们以“基础设施”开启新的发展征程时，我们需要着重思考的便是如何实现其与实体经济深度融合的问题。

简单地将互联网式的模式进行简单地拷贝，很显然是不行的。因为将互联网式的模式进行简单地拷贝仅仅只是改变了实体经济的运行模式，但却没有改变实体经济的生产方式。实现深度融合，需要的是化整为零，打破与实体经济之间的壁垒，彻底告别平台化，实现真正意义上的融合与联通。

只有当金融科技的玩家与实体经济实现了无缝对接，达成了元素之间的自由流

动，才算是实现了真正意义上深度融合。如果依然还有平台的存在，如果还有二元经济形态的壁垒，那么，所谓的深度融合是无法实现的。等到真正没有了平台的概念，真正没有了二元形态的牵绊，金融科技的玩家才算是真正成为了新经济时代的“基础设施”，它的转型才算是真正成功。

回归金融，而非去金融，才是关键

经历了持续监管之后，容易让人产生一种错觉。即，若想要实现真正意义上的发展，必然需要实现彻底的去金融化。于是，我们看到了玩家们对金融避之不及。如果以这种思维来理解的话，势必依然是无法实现真正意义上的“基础设施”的。笔者认为，金融科技玩家实现真正意义上的转型升级并非一味地去金融化，而是要更好地回归金融，更好地将金融的功能和作用发挥到应有的地方。

找到回归金融的正确方式和方法，要比仅仅一味地去金融化更加重要；找到了回归金融的正确方式和方法，就等于找到了成为“基础设施”的方式和方法。笔者认为，回归金融的正确方式和方法，前提是要让金融有所进化，不再是单纯意义上的我们所理解的传统的金融形态和金融运行逻辑。

这是由金融外部的产业形态的转变所决定的。我们都知道，现在正在发生一场深度而全面的实体经济的转型升级。我们所认为的实体经济不再是传统意义上的形态和特质，而是开始有了新的形态和新的运行方式。在这个时候，如果我们还是用陈旧的金融形态和金融逻辑来支撑实体经济的发展，很显然是无法最大限度地发挥实体经济的功能和作用的。

以新的金融形态，新的金融产品来应对实体经济的新变局，才能真正将金融行业的发展带入到全新的发展阶段。对于金融科技的玩家们来讲，通过改变金融的形态，金融的逻辑，更好地让金融回归金融本身，才是真正让金融科技的发展步入到新的发展阶段的关键所在。

新技术不是关键，新产品才是根本

对于很多的金融科技玩家来讲，他们所认为的成为“基础设施”的金融科技，仅仅只是彻彻底底的去金融化。于是，我们看到他们在展示自己的时候，通常是以各式各样的

新技术为样板的。可以说，金融科技玩家们将尽可能多的新技术全部都展示出来了，透过这些新技术，我们的确看到了玩家们去金融化的决心，但是，如果仅仅是把成为基础设施看成是简单的技术罗列，而没有找到技术与技术之间结合的方式和方法，甚至没有实现技术与技术之间的深度融合，那么，这样的转变依然是无济于事的。

在很多情况下，金融科技的玩家若想摆脱真正实现成为基础设施的愿望，必然需要的是实现技术与技术，技术与金融之间的深度融合，而这样一种深度融合的对外表现形态不是以简单的技术排列为表现的，而是以新的产品形态为表现形态的。当我们用新的产品形态来取代传统金融抑或是传统互联网而成为金融科技的新形态的时候，金融科技的发展才算是真正承担起了应有的功能和作用。

因此，我们现在看到的以蚂蚁金服、京东云为代表的玩家们仅仅只是以新技术的形态来定义自己的做法很显然是不对的。以新的产品形态来定义新型的基础设施，才是真正让金融科技的玩家真正发挥出新的功能和角色的关键。如果缺少了新的产品形态，那么，所谓的金融科技的再进化或许仅仅只是一个以新技术为主打的新的概念游戏而已。

以科技为幌子，以金融为本质的金融科技是没有出路的，这是业已被证明了课题。真正回归金融本身，真正成为新周期里的“基础设施”，才是金融科技的未来发展方向。尽管玩家们看到了这一趋势，但是，他们依然还在延续以往的发展思路，甚至对金融科技的旧有发展模式抱有幻想。于是，我们看到的是以科技为主导的新方向的出现。

不可否认的是，这种发展模式的确有一定的发展空间，但是，如果仅仅是把金融科技看成是一个概念，而没有找到扮演“基础设施”的角色的正确方式和方法，那么，所谓的发展依然是暂时的。在我看来，实现了金融与科技，科技与科技之间的深度融合，并且在此基础上，找到了虚拟经济与实体经济结合的正确方式和方法，才是正确的发展之道。

或许，这才是蚂蚁金服、京东云给我们的启示吧。

莫让产业化成为互联网家装的外衣

互联网家装是一个分水岭。

在互联网家装之前，家装的本质是营销；在互联网家装之后，家装的本质才是产业。而现在，我们正处在家装行业真正蜕变成产业的时间节点上。

然而，对于互联网家装的深度依赖最终让人们并未真正从产业的角度来看待家装，而是依然将家装看成是一个以营销为主导的存在。于是，在很多时候，玩家们仅仅只是将探索家装产业化看成是一个全新的噱头和概念，而不是为了探索家装产业化本身。

可以想见的是，仅仅只是以这样的逻辑来看待与探索家装产业化发展之道，并不能跳出互联网家装的怪圈，所谓的互联网家装平台们仅仅只是将收割的对象从C端转移到了B端而已。照此发展下去，家装产业化非但无法有所蜕变，甚至还将失去绝佳的发展新机会。

跳出流量的怪圈，真正以产业的角度来看待家装产业化，才能真正将家装行业的发展带入到全新的发展阶段。一味地靠收割流量，一味地靠做大平台，家装行业的进化非但无法跳出互联网家装的怪圈，甚至还将彻底把家装行业带入到死胡同。

平台形同虚设，产业化呼唤深度融合

有些互联网家装平台上市之后表现不佳，有些互联网家装平台上市屡屡碰壁。这一现象告诉我们，仅仅只是以撮合和中介为主导的互联网家装平台模式正在失去原有的光环。确切地说，平台模式业已形同虚设，不仅装修业主不再依赖平台，而且装修公司也不再依赖平台。

如果仅仅是将家装产业化依然看成平台模式，那么，此举更多地表现出来的是冒天下之大不韪。等到家装产业化真正完成，互联网家装平台便不再存在的必要了。若想摆脱这一困境，放弃平台模式和流量思维，主动与家装行业实现深度融合，或许才是关键所在。

放弃平台模式，互联网家装玩家需要找

到新的定位，不能仅仅是把自己看成是一个撮合者和中介方，而是要把自己看成是一个家装产业的一份子。只有这样，互联网家装平台才能在家装产业化大背景下找到应有的位置。在这个过程中，互联网家装平台最应该做的是，挖掘自身的数据优势，凭借它们在互联网时代获得的数据资源衍生出来新的产品，通过将这些产品与家装产业实现深度融合来找到新的发展机会。

互联网家装平台只有找到了与家装产业融合的方式和方法，并且真正实现了彻底的去平台化，他们才能在家装产业化的新世代找到新的定位。如若不然，它们依然还是互联网家装甚至是传统家装的范畴，无法实现真正意义上的蜕变和转型。

角色陈旧老套，产业化呼唤新功能

仅仅只是以传统的角色和功能来定义家装行业的做法显然已经过时，我们需要给家装行业赋予新的功能和角色，才能让家装行业焕发新的生机与活力。这是互联网家装平台型玩家的通病，他们仅仅只是沉迷于家装传统角色的迷梦里。

笔者认为，经历了传统家装时代和互联网家装时代的洗礼，特别是当家装行业附着房地产行业进入到全新发展周期的大背景下，仅仅只是以传统的角色来定义今天家装，显然是有些过时的。真正以新功能来定义家装，并且为家装行业的发展找到新方向，才是正确的发展之道。

笔者认为，处于新周期的家装产业，应当更多地承担的是满足人们新的需求的功能和角色，而不仅仅是一味地将家装产业局限在装修的狭小牢笼里。当数字化逐渐深入，家装行业更多地承担的是数据的收集与处理的角色，特别是以家为核心的内外部数据的收集与处理的角色。

当家装行业真正跳出了传统的功能和角色，家装产业化才有可能。对于每一个旨在新周期里有所作为的互联网玩家来讲，他们真正要做的是以新的功能来取代传统的功能，再以新功能助力装修公司的转型升级



级，从而真正将家装行业的发展带入到一个全新的时代。

互联网魔力不再，产业化呼唤新技术

当一种技术的研发与应用成本越来越高的时候，就说明这种技术的产能正在走下坡路，当前的互联网正在遭遇这样一种境遇。若要找到新的发展突破，依然还以互联网为突破口显然是已经不行了，我们需要的是全力拥抱新技术。

有一个现象值得注意的是，当下以大数据、云计算、区块链和人工智能为代表的新技术开始深度影响与改变我们的生活。同互联网技术的老气横秋不同，这些新技术是新生的，朝气蓬勃的。对于家装行业来讲，我们同样需要从新技术的身上寻找新动能。

元宇宙的出现和兴起，让我们看到了新技术的魔力。它不仅将会大大减少技术应用的成本，而且还可以将人们的生产和生活带入到一个全新发展阶段。对于家装行业

来讲，我们同样需要全力拥抱新技术。

通过将大数据、云计算、区块链和人工智能应用到家装产业当中，实现与家装行业的深度融合，这不仅将会改变家装行业天花板迫近的现状，而且还将开启家装行业新的发展蓝海。由此，我们可以断定的是，那些以互联网技术为出发点的家装行业新探索将会受到越来越多的困境，那些以新技术为出发点的家装行业的新探索则是一个充满着无限机会的新蓝海。

当产业化时代来临，我们看到的是越来越多的玩家开始投身其中。尽管这的确是一个发展新风口，但是，很多玩家却仅仅只是将其看成是获取流量，巩固平台地位的方式和方法。很显然，这种方式又陷入了新的发展困境当中。真正跳出互联网的怪圈，并且站在互联网之外的角度来看待和寻找家装进化的新方式，才能真正将家装行业的发展带入到全新的发展阶段。