

金融科技驶入新航道

对于金融与科技之间关系的模糊,最终导致了互联网金融与金融科技的集体败退。但凡那些真正理顺了金融与科技之间的玩家,几乎都理所当然地成为了最后的胜利者。无论互联网金融与金融科技能够给我们带来多少的改变,科技是工具,金融是主体的地位是不能改变的。一旦发生了改变,互联网金融和金融科技必然会进入到死循环当中。

庆幸的是,在经历了互联网金融和金融科技的轮番洗礼之后,这样一种关系正在被厘清,并且开始真正将金融与科技的发展带入了一个全新的时代。对于传统意义上的金融玩家们来讲,他们正在越来越多地将科技看成是改造金融的工具,并以此强化科技对金融的优化与改造;对于传统意义上的科技玩家们来讲,他们正在越来越多地将金融看成是服务的对象,而非成为金融本身。

无论是哪一种方式,有一点可以确认的是,金融科技正在朝着以金融为主体,以科技为工具的方向进化。笔者认为,这仅仅只是一个好的开始。当以金融为主体,以科技为工具的发展方向确定,金融与科技之间的进化必然会进入到另外一个全新的发展方向上。至此,金融科技将会真正告别概念和营销的幌子,从而真正进入到实质性发展的时代。

洗礼之后,金融科技正在进入新周期。无论是对于互联网金融和金融科技的长期监管,还是对于金融新物种的探索,从本质上来讲,都是一场洗礼。在这个过程中,那些以互联网金融和金融科技为幌子,简单地收割流量的玩家开始被清退出场,真正思考金融与科技的深度融合,真正理顺金融与科技之间关系的玩家开始崭露头角。由此开始,金融科技的发展开始进入了新周期。

科技不再是收割用户的手段,而是更多地成为改造金融的工具。不可否认的是,在互联网金融时代和金融科技的前半段,我们看到了诸多金融新类型的诞生。这些金融新类型与互联网物种一起深度影响和改变了我们的生活。然而,我们需要看到的是,这些金融新类型仅仅只是充当了收割用户的角色,而非真正改变了金融的本质。

无论是保险、理财,还是投资,传统意义上的金融产品和服务并未发生本质上的改变。金融依然在用传统的产品和服务,满足人们日常的金融需求,只不过他们改变了金融行业与用户之间传统的对接方式和渠道而已。当金融的获取渠道开始增加,用户的金融需求得到了极大地满足,与此同时,也放大了金融的风险。以互联网金融平台的暴雷为开端,一场撕下互联网金融遮羞布的运动开始上演。

经历这样一个阶段的洗礼之后,越来越多的玩家开始意识到所谓的科技并不应该仅仅只是为了收割用户服务的,而是应该更

多地为了改造金融服务的。科技不应当成为获取流量和收割流量的工具,而是应当成为深度改造金融,全方位服务金融的工具。

金融与科技的关系并非此消彼长,而是相互融通。如果无法理顺金融与科技之间的关系,那么,金融的进化是无法进入到良性发展的新周期的。这是互联网金融以及前半段的金融科技之所以会陷入到发展的死胡同的关键所在。复盘它们的发展历程,我们可以非常明显地看出,盲目地扩大和提升科技的地位,忽略了金融本身,最终让金融与科技之间的关系陷入了此消彼长的死循环里。

我们所看到的那些所谓的金融新物种,其实是与互联网物种之间有着本质和内在的联系。说到底,那些所谓的金融新物种,其实是另外一种互联网物种,只不过是披上的金融外衣而已。既然是一种互联网物种,那么就必然会像其他的互联网物种依然存在着你强我弱的关系。正如同,我们看到的是线上电商平台的火爆与线下实体店的冷清一样。

难道金融与科技的关系真的是一种此消彼长的关系吗?非也。单单看看那些真正探索金融与科技融合的方式和方法,并且真正找到了金融与科技融合的方式和方法的玩家,我们就可以非常明显地感觉到,所谓的金融与科技的关系并不是像互联网与实体经济那样的此消彼长,而是可以相互融通,彼此促进。对于习惯了互联网式的惯性思维的玩家们来讲,有关金融与科技关系的理顺,无疑将金融科技的发展带入了一个新周期。

金融与科技的目标对象不是C端,而是B端。在我看来,衡量金融与科技的发展进入到新周期的另外一个要素在于目标对象的转移。如果对互联网金融和金融科技前半段的发展做出一个定义的话,那么,玩家们仅仅只是将目标对象聚焦在了C端,而不是B端,才是导致它开始进入到死循环的关键所在。如果仅仅只是以C端为目标对象,那么,所谓的金融科技无非是另外一个互联网的代名词而已。

简单地看C端看成是服务的对象,简单地认为用户和流量才是他们的终极追求的做法,与其说是一种金融新物种,倒不如说是一个互联网的衍生品。笔者认为,这是人们之所以会对互联网金融和金融科技的前半段之所以会有如此多的诟病的根本原因。如果一直紧盯着C端流量不放,那么,金融与科技之间的融合始终都是互联网的变种,始终无法跳出互联网的怪圈。

经历了不断地洗礼之后,人们开始改变这种思维定势。人们不再仅仅只是简单地将金融与科技的终极目标看成是收割流量,而是开始更多地服务用户,服务B端,通过深度改造B端,以B端优质的产品和服务来更好地满足用户的需求。至此,无论是金融

还是科技彻底回归到了「基础设施」和「毛细血管」的本质,从而真正进入到了一个全新的时代。

经历了持续的洗牌,长期的洗礼之后,金融科技的发展开始进入了新周期。无论是对于金融也好,还是对于科技也罢,这样一个新周期都是一种新进化。把握好这样一种新周期,认识到这样一种新进化,不仅可以更好地促进金融的发展,而且可以实现金融与科技的新进化。

新航道里,金融科技的三个新方向

当金融科技的发展进入到新周期,一个完全有别于互联网时代的新航道正在开启。在这样一种情况下,我们看到的是,金融科技正在打开全新的发展方向,并且真正开始将从本质上发生改变的新纪元。总体来看,金融科技的三个新方向,值得我们关注。

方向一:金融的内在开始发生根本性蜕变。以往,我们仅仅只是改变了金融产品和服务的输送渠道,并未真正改变金融本身。说到底,以往我们仅仅只是改变了金融的外在,并未改变金融的内在。当金融科技的发展进入到新周期,特别是当科技对于金融的改造开始上演,我们看懂的是一场全新进化的新开始。在这个过程中,金融内在开始发生一场根本性的蜕变。

越来越多的金融元素,越来越多的金融环节,开始更多地加入到科技的元素,我们司空见惯的那些传统的金融元素开始退场,取而代之的是一场全新进化的新开始。可以确定的是,传统金融时代以人为主导的金融内在元素将会开始被新技术为主导的金融新元素所取代。未来,我们将会看到越来越多新元素的痕迹,那些传统元素将会逐渐退出历史舞台。

当金融的内在元素发生了深度改变之后,我们将会面临一场金融架构的再造与重构。可以大胆地想象一下,未来的金融将不再像我们今天所看到的金融那样,而是将会深入到我们生活的方方面面,我们生活的每一个环节都可以看到金融影子,而且金融在这个过程中所发挥的功能和作用不再是与我们的生活泾渭分明的,而是实现了深度融通。这个时候,金融才真正成为了人们生活的「毛细血管」。

方向二:金融的功能和属性开始发生根本性改变。当金融与科技的融通逐渐深度,仅仅只是以传统的金融功能和作用是无法实现长期发展的,是无法满足用户的需求的。一方面,用户的传统金融需求正在发生改变,我们需要用新的金融产品和服务来满足用户的需求;另外一方面,衍生于金融本身的金融新需求开始发生深度而又彻底的变化,以此为开端,金融将不再仅仅只是一个行业,而是更多地成为一种全新的生活方式。

在这样一种趋势之下,如果我们仅仅只



是再用传统的金融功能和属性来满足用户的新需求,很显然是不行的。我们需要用嬗变了的功能和属性来满足用户的新需求,并以此开启金融行业的新发展。

当金融的功能和属性发生了根本性的改变,当金融不再是我们现在所看到的那个样子,当金融成为了人们生活方式的一部分,金融才算是完成了蜕变,并且跳出了传统金融和互联网金融的怪圈,从而真正进入到了一个全新的时代。总结来看,金融与人们的生活、生产之间的关系将不再像今天这样泾渭分明,而是真正融合在了一起,成为一种新型的生活方式。

方向三:金融的形态将会发生蜕变。当金融的内在元素,金融的功能和属性都发生了深度改变之后,现有的金融形态已经难以承载它。这个时候,金融的外在形态必然会发生一场深度而又彻底的蜕变。我们现在司空见惯的投资、理财和保险等传统金融形态将会越来越多地被新的金融形态所取代,以数据、数字以及衍生于它们的金融新形态将会越来越多地开始出现。

笔者认为,在未来,金融的形态将不会像现在这样有形、可见,而是深入到了我们生活的每一个环节,深入到了我们行业的每一个角落。当金融的形态发生了这样一种深度而又彻底的变化之后,当金融不再是我们以往所认为的那种形态,金融的发展才算是真正进入到了一个全新的发展阶段。

事实上,当下金融形态的蜕变正在发生,我们看到的以法定数字货币为主导的新进化,正在悄然改变着金融的形态。以此为开端,未来还将会有更多新的金融新形态的衍生,会有更多金融新物种的出现。当金融的形态发生了彻底的蜕变之后,我们接触到的金融将与现在的金融完全不同,并且真正成为了我们生活当中的一部分,并且真正成为了经济社会运行的「毛细血管」。

在经历了互联网金融时代和金融科技时代的洗礼之后,金融科技的发展开始进入了新周期。在这样一个新周期里,我们将会看到的是一场有关金融和科技的深度融合与嬗变:金融与科技不再此消彼长,金融形态不再铁板一块,金融功能不再传统陈旧。以此为开端,金融科技的发展将会进入新航道。至此,一个内外兼修,彻底蜕变的金融新时代将会拉开序幕。

亚马逊和耐克有意收购 Peloton,但分析师建议苹果出手



近日,有消息称,耐克和亚马逊正在各自评估对互动健身平台 Peloton 的出价。由于 Peloton 的市值在短短 12 个月间,从接近 500 亿美元缩水到不足 80 亿美元,如此糟糕的市值走势,让激进投资者异常不满,并开始施压 Peloton 公司,要求其董事会解雇 CEO,并考虑出售公司。

一度时间, Peloton 的股价曾在新冠疫情最严重的时期一飞冲天,理由是许多居家隔离的人开始购买该公司的健身自行车。据

悉,耐克早在 Peloton 2019 年上市之前就考虑收购该公司,但最终决定放弃。如果耐克此次收购 Peloton,就将改变它专注科技软件而非硬件的决策。此前耐克已经开始尝试进行元宇宙的布局,如果收购健身公司,对于其更加宽泛的营收也是一种有益的补充。

而如果亚马逊收购 Peloton,就会加强该公司在健身和健康领域的整体布局。亚马逊曾在 2020 年推出一个名为 Halo 的健身品牌,专门监测用户的活动和睡眠状态。当

然,这也仅仅是市场的一种预期。毕竟,亚马逊本身对于健康领域的渗透还停留在初级阶段。

而分析师也建议苹果公司出手收购。毕竟,苹果公司有 Apple Watch 系列,引入健身平台,对于完善和补充自己的移动终端设备也是非常有帮助的。美国投行 Wedbush 表示,收购互动健身平台 Peloton 有助于推动苹果在健康和健身市场的布局。

分析师认为,如果苹果出手收购,将有助于其 Fitness 和 Apple Watch 的战略布局,可以“利用 Peloton 服务和飞轮大幅增强其医疗保健计划”。不过,这也只是市场的一厢情愿,苹果公司的策略究竟如何,尚未有迹可循。

据《全球健康和健身俱乐部(健身房)市场:新冠病毒的潜在影响与预测(2020-2024)》预计,到 2024 年全球健康与健身俱乐部市场将达 966 亿美元。Peloton 的出现就是利用了疫情对人们的影响,进而追求健康投入。Peloton 以智能动感单车起家,主打线上内容+线下健身结合的商业模式。

在引入风投之后, Peloton 业务扩展至跑步机、瑜伽及冥想等领域。 Peloton 通过一些“网红教练”的线上教学,和用户在家骑车或跑步进行“互动”,也就是说,用户可以在线观看教练直播课程; Peloton 还建立了自己的零售体验店网络,实现了产品服务生产交付的“垂直一体化”。美国疫情的爆发,让 Peloton 一夜风靡,其股价从最低点的 17.7 美元/股,涨至最高点的 171.09 美元/股,翻了近

10 倍。

但后来一起跑步机的“安全事故”让 Peloton 从波峰开始断崖式下跌,其召回故障产品,加速了股价的下跌。业绩也出现了下跌。不过, Peloton 认为亏损问题是由于通胀和供应链的问题。为了应对危机,其上调了动感单车和跑步机的价格,但于事无补。后来又下调动感单车价格,不过市场反响一般。

此后, Peloton 希望通过产品创新和国际扩张来帮助推动未来的增长,并计划推出一款名为 Peloton Guide 的力量产品,该产品与其测心率的手臂绑带捆绑销售,但市场表现依旧一般,而股价的大幅度缩水,也让资本市场认为其成为一个潜在的被收购对象。分析师之所以建议苹果出手收购 Peloton 是源于苹果公司对医疗健康的一种布局补充。在健康领域,苹果强大的品牌效益使其与 iPhone 用户建立了直接关系。

众所周知,苹果正在模糊健康和医疗之间的界限,利用其产品打通二者之间的罅隙,如果苹果可以打破个人健康记录和患者数据平台的数据孤岛,无疑将使患者能够做出决策并向他们选择的任何人提供数据访问,这是一种非常不同的医疗保健模式,也是在健康领域的一种积极探索。苹果拥有较为完善的设备生态系统,内置用户群、品牌和激励结构,使医疗保健可以以患者为中心。随着生态系统的连接,苹果开始进入医疗保健市场,收购潜在的用户平台,对于苹果公司来说,也是一种必然的布局。