

金融科技的新征途

互联网金融时代的落幕并未阻挡金融进化的步伐,当新技术开始落地和成熟,我们看到的是一场金融新进化的全新开启。同互联网时代仅仅只是渠道从线下迁移到线上不同,当下正在发生的这样一场金融的新进化,更多地侧重于金融本身,更多地寻求一种更加深度的金融变革。可以肯定的是,真正意义上的金融新进化,或许从当下才刚刚开始。

不知道你有没有发现这么一个现象,即,我们开始越来越多地在金融行业里看到新技术的影子,我们越来越多地看到金融行业本身正在发生的新变化。当这种现象不断发生,金融行业的发展正在走出互联网金融的阴影,进入到一个全新的发展阶段。在这个新阶段,金融不再是我们所认为的金融本身,而是具备了更加深度的内涵和意义。

认识到金融行业的这种新进化,并且将金融的新进化放置于更大的视角下,我们才能真正窥探到这样一场金融变革的内在发展逻辑。很多人将金融行业正在发生的这样一场全新的进化,归结为行业监管的持续以及互联网红利的落幕。在我看来,这些仅仅只是外在的「催化剂」而已,真正促使金融行业开始发生深刻而又全面变革的根本逻辑在于金融行业需要一场深度变革,才能真正回归本质,找回自我。

如果对金融行业正在发生的这样一场新变革进行一次总结的话,我更加愿意将这场变革看成是一种由内而外的变革。有了这样一场全新的变革之后,金融行业才能真正做到回归自我,金融行业才能真正找到回归本质的方式和方法。

金融新变革的触发器在于外部

一直以来,我们都在强调让金融回归实体,回归行业,然而,金融行业却始终没有找到回归实体,回归行业的正确方式和方法。如果深度分析其中的原因,我们就会发现,仅仅只是局限于金融的传统功能和产品,如果仅仅只是局限与金融的传统供给方式,金融行业的发展是无法做到回归实体,回归行业的。

之所以会出现这种问题,其中一个很重要的原因在于,金融所服务的实体和产业正在发生一场深刻的变化。在这样一场深刻的变化之下,我们再去用传统的金融产品,再去用传统的金融服务,是无法满足金融服务对象的需求的。欲要解决这一问题,我们就必然需要对金融行业进行变革。

因此,金融外部行业所发生的深刻而又全面的变化,最终导致了它们所需求的金融产品和服务的变化,这场变化倒逼金融行业必然需要进行一场深度变革。借助这样一场变革,金融行业本身有了本质性的改变,

衍生出来了它所服务的行业所需要的产品和服务,金融行业才能真正做到回归实体,回归行业。

从这个角度来看,金融新变革的触发器是在于金融行业的外部的,而不是在于金融行业的内部的。站在金融所服务的对象的角度来看待和探索金融新进化的方式和方法,要比仅仅只是将目光局限于金融本身,仅仅只是将目光停留在金融本身更加彻底和全面。同样地,以金融的变革是否满足了它所服务的实体和产业的需求来衡量变革的成败,或许才是正确衡量金融进化是否成功的关键。

金融新变革的源泉来自于新技术

如果仅仅只是像互联网金融那样,改变金融的渠道,而不去改变金融本身,那么,这样一场金融变革势必会走入到死胡同,势必依然会陷入到流量的怪圈里。同互联网时代的金融变革,源自于对流量和资本的追捧不同,当下正在发生的这样一场金融行业的新变革更多地源自于新技术。

同互联网技术仅仅只是在去中间化上有效之外,新技术更加在乎的是,与金融行业的深度融合,对金融内在元素的深度改造。如果我们一定要找到这样一场金融新变革的内在动力源泉的话,发端于新技术的对于金融行业的深度而又彻底的改造,才是最根本的动力源泉。换句话说,如果新技术没有对金融行业进行深度的改造,而仅仅只是一个标签,仅仅只是一个概念,那么,这样的变革,其实是与以往的互联网金融没有任何区别的。

只有新技术实现了与金融行业的深度融合,并且真正造就了金融新元素的生产,实现了金融新产品的嬗变,金融行业的发展才能真正进入到一个全新的发展阶段。对于每一个有志于在这样一场金融新变革里有所作为的玩家来讲,找到新技术与金融行业融合的方式和方法,并且真正让新技术与金融行业实现深度融合,才是保证金融行业的发展进入到一个全新发展阶段的关键所在。因此,金融新变革的原动力来自于新技术以及新技术与金融深度融合之后出发的金融新元素、新产品。

金融新变革的终极目的在于回归实体

正如上文所讲的那样,真正导致金融行业必然需要发生这样一场新变革的内在原因来自于外部。金融与它所服务的外部行业的分离,才是导致金融行业必然需要进行一场深度变革的关键所在。反过来看,金融新变革的真正目的,并不是要让金融继续与实体经济分离,而是要让它与实体经济更好地结合,让金融更好地回归实体。

需要明确的是,当下一场全新的变革,



正在实体经济上演。数字经济时代的来临,开始让实体经济开始告别传统意义上的意义和范畴,具备更多新的内涵和意义。实体经济不再是我们印象当中的实体经济,而是开始具备了更多新的内涵和意义。数字经济与实体经济的深度融合,最终让实体经济变成了一个虚实结合的存在。

在这样一个大背景下,金融新变革如何找到回归实体的正确方式和方法,如果让金融更好地回归实体,才是决定金融行业新变革是否成功的关键所在。简单来讲,如果这场一场金融的新变革达成了让金融回归实体的新目标,实现了金融与实体经济的深度融合,那么,这样一场金融的新变革就是成功的。反之,这样一场金融的新变革,依然是一个和互联网金融相似的存在,最终依然会无可避免地走入到死胡同里。

金融新变革的关键在于以金融为根本

回顾互联网金融之所以会走入到死胡同的内在原因,我们会发现,互联网金融的本质其实并不是金融,而是互联网的一种类型。之所以会有如此的判断,其中一个很重要的原因在于,互联网金融在很多情况下是一种获取流量和收割流量的工具,全然脱离了金融本身的原始内涵和奥义。当我们站在金融新变革的发展阶段,需要着重思考的关键在于如何让金融的新变革正在以金融为根本,而不是让金融的新变革变成了一个不伦不类的存在。

在我看来,金融的新变革,更多地需要做的是让金融更好地回归金融本身,更好地诠释金融的本质内涵和意义。如果金融的

新变革脱离了这样一个关键点,那么,所谓的金融新变革依然是一个缺少了根基的存在。从短期来看,金融行业的这样一场新变革可能会给金融行业的发展带来新动能,但是,它同样会把金融的新变革带入到类似互联网金融的死胡同里,甚至还会让金融的新变革变成一个脱离了金融根本的存在,到那时,金融的新变革,非但无法促进金融行业的发展,甚至还将会把金融行业的发展带入到死胡同。

立足金融本身,让金融的新变革更好地回归金融本身,更好地诠释金融的本质内涵和意义,才是保证金融的新变革不至于陷入到类似互联网金融的怪圈的关键所在。如果我们要对金融的新变革做一个总结的话,它的最为根本的内涵和意义在于让金融更好地回归金融,更好地诠释金融,更好地延续金融的本质和内涵,而不是仅仅只是将金融看成是一种工具,更加不能做让金融的新变革脱离金融的事情。当金融的新变革以金融为根本的落脚点,才能真正让金融行业的发展进入到一个全新的发展新阶段。

如今,正在发生的这样一场金融的新变革,正在成为金融科技的新征途。经历了互联网金融时代的洗礼之后,我们对于这样一场金融行业的新变革有了更加深刻的理解。以全新的视角来看待这样一场金融的新变革,并且找到这样一场金融新变革的内涵和意义,才能真正将金融行业的发展带入到一个全新的发展阶段。这是金融科技的新征途,这同样是金融找回自我的关键所在。

iPhone 13真的那么火? 反正富士康又开始扩招了



从市场的反馈来看,一个产品卖得如何,产业链是最先能够嗅到一些风吹草动的。对于消费电子市场而言,这种情况更加普遍。而且,iPhone系列最新消息最先都是从供应链传出来的,这也从一个侧面说明,产业链是源头的上游,是最先能够反映出产能和问题症结的地方。当然,对于一款产品的销量如何从产业上游也可以窥得一些端倪。

近期,又有消息称,富士康郑州厂区开始扩大招工计划。市场认为,富士康加大奖金力度招人,说明订单颇丰。而富士康是苹果公司的最大代工,苹果iPhone系列产品大部分是出自富士康之上。富士康的用人计划自然会让人联想到苹果iPhone 13系列

的销售不错。

目前,全球智能手机市场份额最大的是三星电子,其次就是苹果公司,而且苹果公司的市场份额还在不断攀升中。要知道苹果的iPhone 13系列之后那么区区几款产品而已。尤其是在中国市场,苹果iPhone 13的销售还是保持着优势。而中国市场用户换机的热情已经不再,甚至一直在下滑。

在这样的背景下,富士康工厂招人的产能又会输出到哪里?很显然,还是海外市场。据韩媒TheElec日前披露,苹果本季度为此大幅增产iPhone 13 Pro系列机型(iPhone 13 Pro和iPhone 13 Pro Max),较原规划大增约1000万部。富士康是大尺寸iPhone的最大组装厂,随着苹果增产,生产

线自然也就忙碌起来了。

此外,据海外手机数据调研机构StockSpss发布的数据,近年来Android系统的市场份额处于持续下跌的状态,在5年的时间里持续下跌了8%的市场份额。在2018年时,Android系统的全球市场份额为77.32%,而到了2022年1月Android系统的全球市场份额为69.74%。与之相比,苹果旗下iOS系统的全球市场份额在不断的上升,在2018年时iOS系统的全球市场份额为19.4%,而到了2022年1月Android系统的全球市场份额为25.49%,提高了6%。

近日,据市场调研机构Counterpoint Research发布的报告,三星电子第一季度在美国智能手机市场的占有率为28%,创近8年新高,大幅缩小与苹果之间的差距。苹果手机市占率同比下降7个百分点至47%,但仍居第一。三星电子同比增长3个百分点,以28%位列第二。二者的差距由去年同期的29个百分点减至19个百分点。此外,摩托罗拉(12%)、TCL(3%)、ONEPLUS(2%)和谷歌(2%)位列其后。苹果公司的优势当然不仅仅是在美国市场,在欧洲和亚太市场的优势也比较明显,唯一不如三星的是在新兴市场的市场占有率还不足。

在国内市场,根据4月份的统计数据显示,在京东自营店铺,iPhone 13月销量为29.52万部,而3月份数据是53.54万部,下跌了将近50%。尤其值得关注的是,iPhone 13 Pro Max的4月份销量只有5.22万部,苹果公司要增加iPhone 13 Pro系列的产能,显然不是在国内消耗。

苹果最新财报宣布之后,库克表示,iPhone手机的销量影响,收入同比增长5%左右。库克认为,有的人从老款iPhone换到了新的iPhone,也有很多安卓用户决定买iPhone手机。本季度iPhone用户升级数量达到创纪录的水平,达到了强劲的两位数,这显然是一个强劲的周期。在苹果看来,正是因为Android阵营竞争对手的表现不佳,从而令很多安卓用户选择倒戈,吸引大批新的用户购买苹果手机。如果不是供应链方面出现一些问题,iPhone 13系列还会有更好的销量。

据Canalys数据显示,2022年第一季度,全球智能手机出货量达到3.112亿台,同比下降11%。三星在更新2022年产品组合后重夺桂冠,出货量达到7,370万台。苹果出货量达到5,650万台。其中,由于季节性疲软,全球智能手机出货相较于去年同期的降幅中,有近一半来自于中国市场。北美是本季度唯一实现出货量增长的地区,其中主要归功于消费者对苹果iPhone 13系列和三星全新推出的Galaxy S22系列的强劲需求。

随着零部件短缺问题开始慢慢缓解,手机企业纷纷加强核心产品研发和渠道拓展,以便应对2022年下半年的需求反弹。而中国市场的反弹力度或许将决定全球智能手机市场的走势。如今,中国手机厂商的新机发布也渐渐多起来了。对于市场也会有一定的刺激作用。而且,中国手机厂商推折叠屏手机的热情很高,这对市场也有一定的刺激左右。