

日薄西山！尼康单反还未停产 却已“半截入土”

近日有媒体报道称，尼康停止了数码单反相机的生产与研发。昨日尼康方面就此事回应表示，“消息不实，尼康将会继续销售和生单单反相机。”

尽管尼康官方已经发布辟谣，但停止单反产品的研发和销售已经是行业趋势。

目前相机市场份额占比前三的厂商中，索尼早就停止了单反相机的业务；佳能方面也在去年年底就宣布将会停止单反相机的研发，并将在几年内停止旗舰单反的生产。

面对智能手机摄影功能的不断提升，单反相机业务对于尼康而言，未来将会成为拖累，而非稳定的营收增长点。

尼康数码单反难翻身“索尼无反”弯道超车

数码单反曾在90年到21世纪初的十年

内迎来研发和销售量的顶峰，而这一段时间也是日系两大数码单反品牌佳能和尼康“争霸”的时间。在2010年时，尼康在全球相机市场中的销量高达1777万台，占比率为12.6%，中国市场中的占比曾一度高达30%。

只不过相较于竞争对手佳能，尼康总是慢一步：由于一直沿用胶片时代的卡口，导致大光圈镜头研发困难，单反时代长期被竞争对手佳能压一头。

然而，近些年相机发展却进入了无反时代。索尼提前布局，在2013年发布了首款A7全画幅相机。根据公开数据显示，从2019年起，索尼相机全球市场份额占比就已经超过尼康。

单反相机业务上，尼康一直处于追赶状态。而相机市场的“新贵”索尼借助新技术无反相机，实现了对于尼康的“弯道超车”。

同时，为了降低生产成本，尼康于2021年停止在日本国内生产数码单反相机机身，并且将原来仙台工厂的生产线转移到泰国工厂。

尽管尼康的单反相机业务自从进入了数码时代，一直未能能力压佳能，甚至被索尼反超，但这都不是传出“尼康将会停止单反相机生产”谣言的主要因素。

销量下滑 单反相机已是“日薄西山”

随着智能手机拍照功能越来越强大，非专业用户对数码相机的需求也在不断减少，整个相机行业的产量和销量都在萎缩。有相机“大门大户”在削减产线，有小众相机品牌选择直接剥离自身相机业务。

根据日本国际相机影像器材工业协会(CIPA)提供的数据：近年来，全球数码相机产量不断下降，由2015年的3521.6万台下降至2021年的833.7万台，产值也由6778.3亿

日元下降至3206.9亿日元。

其实早在2019年，佳能高层即对外表示，佳能的数码相机业务“以每年10%的速度衰退”。2021年12月，佳能方面也宣布将会停止单反相机的研发，并将在几年内完全停止旗舰级数码单反的生产，完全转向无反相机技术和镜头的研发。

2020年9月，以医疗器械为主营业务的奥林巴斯决定出售自身的相机业务，包括所有的研发以及生产设施，而私募基金公司日本产业合作伙伴(JIP)则接手了奥林巴斯全球影像业务。相较于售价和学习成本更高的数码相机，智能手机极大地降低了摄影门槛，逐渐蚕食了专业相机的市场。疫情给相机供应链带来的影响，不仅在其产量还在其销量。而旅游业走弱，某种程度上也给相机销量带来负面影响。

蚂蚁金服的明天

对于蚂蚁金服的明天的探讨，是非常具有现实意义的。蚂蚁金服在金融科技领域的地位自不必说，这就造就了我们在谈论蚂蚁金服的明天时，同样是在谈论金融科技的明天。除此之外，金融科技领域本身正在发生着的新变化，同样可以为我们思考蚂蚁金服的明天提供良好的现实范本。是的，当下的金融科技行业正在发生着一场深度而又全面的变革，这场变革并不仅仅只是局限在以蚂蚁金服为代表的互联网玩家们的身上，纵然是传统金融玩家们的身上，同样可以看出金融科技的身影。

同互联网金融时代仅仅只是以互联网为主场不同，现在正在发生着的这样一场有关金融科技的深度变革，则更多地发生在传统金融玩家们的身上。我们都知道，以互联网玩家为主导的互联网金融时代是以边界的拓展，规模的扩大为基础的，这是我们所看到的几乎所有的互联网金融玩家都将关注的焦点聚焦在流量身上的根本原因。同互联网金融不同，正在发生着的这样一场以金融科技为主导的新变革更多地关注的是，深度的拓展、内在的升级。

金融科技正在发生着的这样一场深度的变革，其实是可以为我们去思考蚂蚁金服的明天提供现实的样板和方向的。透过它，我们基本上可以摸清未来蚂蚁金服的明天究竟朝着哪几个方向发展，进而我们可以看到更多的金融科技玩家们未来。

那么，蚂蚁金服的明天，究竟在什么地方呢？笔者认为，主要包含如下几个方面：

回归基础，成为一种必然

无论金融科技是「金融」和「科技」两种元素的简单相加，还是「金融」和「科技」两种

元素的深度融合，金融科技回归基础的发展大方向是不变的。因此，当我们思考和探索蚂蚁金服的明天时，需要更多思考如何回归基础，如何回归底层，而非仅仅只是做浮于表面的东西。

笔者认为，未来的金融科技更多地强调的是，「金融」和「科技」两种元素在实现深度融合的基础上，更好地助力实体经济，更好地助力实体产业的发展，而不是像互联网金融那样，仅仅只是做投资和理财这些浮于表层的工作。对于蚂蚁金服来讲，在未来，如何找到回归基础的正确的方式和方法，并且真正做到回归基础，化有形为无形，才是保证它可以保持继续发展的关键所在。

在这个方面，蚂蚁金服需要更多地去思考如何助力实体经济的发展，特别是在如何在实现了「金融」和「科技」两种元素深度融合的基础上，助力实体经济的发展。当蚂蚁金服实现了这样一种目标，它的发展才算是跳出了互联网式的发展逻辑，真正进入到了一种去平台化，去中心化的全新的发展过程中。而这样一种发展逻辑，则注定了蚂蚁金服必然会回归基础。

实现孪生，成为一种必然

无论是对于金融也好，抑或是对于科技也罢，金融科技仅仅只是具备这样两种特质是完全不够的，也是无法满足它回归基础的发展要求的。在这样一种情况下，金融科技必然需要孪生，孪生出新的物种，以满足上层产业的需求。对于蚂蚁金服来讲，他的明天，必然会有一种孪生出现。

笔者认为，金融科技的孪生包含两个方面：第一个方面，金融科技的孪生更多地体现在金融与科技两种元素实现深度融合的

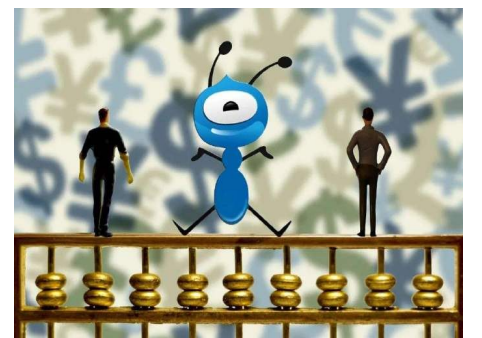
基础之上，衍生出来的新物种，比如，我们看到的新金融类型；比如，我们看到的新科技类型基本上属于这样一种范畴。另外一个方面，金融科技的孪生更多地体现在金融与科技之间的共性所孪生出的新技术。比如，我们现在所看到的数字化；比如，我们现在所看到的智能化，基本上都属于金融和科技两种元素的共性基础上孪生出来的新物种。

无论是哪一种方式，金融科技仅仅只是以传统意义上的「金融」与「科技」的两种元素的简单相加来实现自身发展的做法，是不切时宜的。只有真正实现了金融科技的孪生，让金融科技孪生出来的新物种来助力实体，助力产业的发展，才能为金融科技的发展找到新的发展可能性。从这个角度来看，蚂蚁金服的明天在于实现孪生，实现彻头彻尾的变革。只有这样，它的发展才能真正获得突破。

实现合规，成为一种必然

无论是回归基础，抑或是实现孪生，金融科技的发展必然都是以实现合规为前提条件的。我们看到的以蚂蚁金服、京东数科为代表的头部金融科技玩家们的调整，基本上都是以合规为目标和方向的。无论是蚂蚁金服聘任外部董事，抑或是京东数科让合规部的领导掌舵，我们都可以看出，合规对于金融科技玩家们来讲，可谓是重中之重。

当我们在思考和探索蚂蚁金服的未来发展方向时，需要更多地站在合规的角度来思考和看待问题。按照笔者的理解，所谓的合规，并不是现在诸多金融科技玩家都在实践的彻彻底底的去金融化，而是更多地体现在如何让金融科技回归到本该有的位置上。那么，究竟什么才是金融科技本该有的



位置呢？笔者认为，金融科技应当更多地充当助力和支撑实体经济的功能和作用，而不仅仅只是像互联网时代那样，仅仅只是借助放贷的方式来收割流量，更不是一味地降低门槛来获取更多的流量。

站在这样一个角度，如果我们思考和看待蚂蚁金服的明天的话，实现合规，特别是回归到助力和支撑实体经济的位置上，不再仅仅只是简单地收割和撮合，或许才是关键所在。当金融科技实现了合规，那么，它将不再把收割流量看成是唯一的发展方向，而是更多地将自身的功能和作用拓展在更多的场景和方向上。从这个角度来看，如果我们思考蚂蚁金服的明天的话，实现合规，同样是一种必然。

当金融科技的洗牌进入到深水区，通过思考蚂蚁金服的明天来思考金融科技的未来新进化，其实是非常有借鉴意义的。透过这样的思考，我们可以为当下的金融科技行业的发展找到正确的发展方向，我们可以让金融科技避免再度陷入到互联网金融式的怪圈之中。

造车进入洗牌时刻

如果将时间的指针拨回到几年前，造车绝对是一个被追捧的领域。只要你能用一套完整的商业逻辑来诠释自身「伟大」的造车梦想，那么，你就会或多或少地获得资本市场的关注。正是因为如此，我们才看到了那么多的玩家投身到了造车的行列里。他们要么用互联网的方式来造车，要么用新技术的方式来改造汽车，总之，造车是一个充满了无尽幻想和无限可能的存在。

时过境迁，如果现在我们来看待当下的造车市场，就会非常明显地感受到，所谓的造车早已不再是一个充满了无限可能性的存在，而是变成了一个充满了有限可能性的存在。资本跑马圈地告一段落，自不必说，造车领域缺乏突破性的发展，而仅仅只是紧盯着燃油车存量市场，则是让所谓的造车开始一步步褪去光环。

站在这样一种逻辑来看待造车市场，说到底，所谓的造车依然是一场收割流量的资本游戏。玩家们之所以会关注到造车市场，他们仅仅只是看到了这样一个市场下所投射出来的庞大的流量，却并未真正具备颠覆和改造传统汽车市场的核心技术。说得再直白一些，所谓的造车依然是投机的生意。

既然是一种投机的生意，那么，造车是需要美好的故事和持续的资本支撑的。现实情况却是，美好的故事范本开始越来越难讲，资本的持续支撑更是缺少了十足的信心和勇气。于是，我们看到的是，越来越多的

人开始不再拿造车说事，而越来越多的汽车版本开始越来越多的出现。

当人们不再拿造车说事，背后折射出来的流量和资本的见顶；当所谓的新型的汽车开始出现，背后折射出来的是造车一族们供给的相对充裕。当这样一种不对称性的发展模式开始愈演愈烈，必然会导致造车市场出现一场洗牌，而以往我们所看到的诸多造车的美好故事，同样会有走向真实的一天。或许，从这样一个时刻开始，造车行业的发展将会进入到一个全新的发展新阶段。如果对这样一个发展的新阶段做一个总结的话，笔者更愿意将其归结为一个不再以资本和流量为主导的全新的发展阶段。

换句话说，未来造车的发展将不再是以汽车市场的庞大的流量和充沛的资本为支撑的，而是以新型的技术以及汽车真正给人们的生产和生活带来的改变为支撑的。简单归纳的话，造车业已进入到深度调整期。当造车进入到深度调整期，有关造车的核心发展逻辑才会浮出水面。

的确，一直以来，我们看到了各色人等都开始投身到造车的行列里。无论是传统的手机制造厂商，还是互联网玩家，抑或是房地产商，几乎都将关注的焦点瞄准了造车。如果深入分析他们如此关注造车，对造车如此热衷的内在原因的话，我们就会发现，他们更多地并不是为了造车，而是看中了火热的造车市场背后涌动的资本巨浪。也就是说，他们选择造车在很多时候是

为了博取资本的关注而已。更为确切地说，以往我们所看到的造车玩家，几乎都是为了资本而造车，将造车看成了新的圈钱的工具和手段。对于那些并不需要资本的加持和垂青的玩家，是没有必要去高调宣称自身投身到造车的行列里的。这是华为、苹果一直都对对外宣称他们不会亲自造车的关键原因。

当造车领域的玩家们越来越多，当造车的概念越来越丰富，我们看到的是，借助造车这个概念来赢得资本关注的可能性越来越低。于是，我们看到的是，一场有关造车领域的洗牌开始上演。同时，造车背后的关键与核心，同样开始变得越来越清晰。

说到底，造车的核心技术并不在于科技感有多强，而是在于对于新型能源效率的挖掘和释放的方式和方法。因此，对于造车的玩家们来讲，谁掌握了新能源技术，谁能够将新能源的效率发挥到最大，谁就掌握了造车的核心技术。

纵观当下的造车玩家，真正掌握核心技术的少之又少，很多玩家仅仅只是将造车的零部件进行简单的拼接，拼凑出来了一个看似高科技的未来汽车而已，从本质上来看，他们并未真正触及到造车的本质与核心。当造车一族们没有掌握核心技术，却把造车看成是一种颠覆传统造车的一种方式和方法的时候，其实已经走在了错误的道路上。而一旦洗牌来临，他们必然会被淘汰出市场。

一旦这种情况发生，那么，造车便不再

是一个获取资本关注的好的概念，而是沦为了一个可有可无的鸡肋。这是我们看到的那些真正不缺钱的玩家，之所以会对造车一直保持着谨慎态度的关键原因。反过来看，当越来越多的造车玩家开始投身到造车领域的时候，他们其实是需要一场赋能的，即他们需要那些掌握了核心技术的玩家对他们进行赋能，以保证他们可以在造车市场脱颖而出。而这，正是华为、苹果们真正要做的。而这，正是造车最为核心，最为重要的方面。从这个角度来看，造车并不是关键，如何赋能更多的造车玩家造好车，让新一代的企业更加具备新一代的特点，而不仅仅只是一个概念，才是关键所在。

一场造车领域的洗牌即将上演。

在这样一个全新的发展阶段，真正考验玩家们将不再是故事范本是否完美，是否吸引人的问题，而是如何用核心的技术，用颠覆性的手段对造车市场进行一场深度改造的问题；在这样一个全新的发展阶段，真正考验玩家们将不再是是否能够博取资本关注的问题，而是是否能够给造车带来颠覆性改变的问题；在这样一个全新的发展阶段，真正决定玩家们走多远的，将不再是概念和噱头的问题，而是是否能够将汽车行业由内而外进行一场深度改造的问题。

当这样一场洗牌开始上演，当造车行业真正进入到这样一个全新的发展阶段，谁才是造车领域的主导，谁才是决定造车领域未来走向的舵手，或许将会愈发清晰。