

## 蚂蚁集团、京东科技，不下牌桌

如果你还在用互联网的眼光来看待金融科技，发展金融科技，那么，你是极大地曲解了金融科技的内涵与意义的。

这是我们看到的那么多的金融科技玩家，到最后，仅仅只剩下以蚂蚁集团、京东科技为代表的少数玩家，依然还在金融科技的牌桌上的关键原因。

显而易见的是，蚂蚁集团、京东科技之所以依然还在金融科技的牌桌之上，其中一个很重要的原因就在于，它们早已不再用互联网的眼光和思维来看待和发展金融科技，而是在寻找新的诠释金融科技的方式和方法。

越来越多的迹象开始表明，所谓的金融科技，并不是什么金融的新物种，更不是互联网的代名词，而是一个全新的存在。

如果一定要对金融科技进行一次总结的话，我更加愿意将其看成是新产业的基础设施。

如果以互联网为基础设施，最终将人们带入了互联网时代的话，那么，当金融科技开始成为新的基础设施，它将会把我们带入了新产业时代。

金融或科技，已无法诠释金融科技以往，玩家们看到金融科技的时候，要么将它划归到金融的范畴里，要么将它划归到科技的范畴里。

实践证明，无论是站在金融的角度来看待金融科技，还是站在科技的角度来看待金融科技，都是无法诠释金融科技的本质内涵和意义的。

如果一定要寻找一个词来诠释金融科技的话，我更加愿意用「数字化」来诠释它。从某种意义上讲，数字化，俨然是金融科技的新内涵。

透过蚂蚁集团、京东科技的发展史，我们可以看出一条较为清晰的，从「互联网周期」，进入到「数字周期」发展脉络。

换句话说，正是由于蚂蚁集团、京东科技以数字化来诠释自我，来诠释金融科技，才让它们走入到了金融科技的发展新周期里。

数字化，之所以会成为金融科技的新内涵，其中一个很重要的原因在于，数字化，彰显了金融和科技的进化，让金融科技不再是一个非此即彼的存在，而是变成了一个能够涵盖金融与科技两种元素特征的存在。

当数字化成为了金融科技的全新表述，我们在探究它的发展时，不再仅仅只是一味地以传统金融为代表的金融端切入，不再仅仅只是一味地以传统互联网为代表的科技端切入，而是开始寻找一种能够兼顾金融端和科技端的全新切入点。

在这种情况下，金融科技更多地承担的是一种深入到产业之中，不断地与产业产生连接的全新的存在。

更多地赋能产业，更多地助力产业，而非一味地收割产业，逐渐成为了一种全新的正确。

以此为开端，金融科技真正驱动的是一个又一个的新产业的崛起，实现的是一个又一个的新产业的衍生。

从这样一个角度来看，金融科技正在用新的内涵来重新诠释自我，并且开始寻找它在新产业时代的新功能和意义。

以此为开端，金融科技开始奏响新产业的乐章。

规模或效率，已无法诠释金融科技以往的金融科技，同其他的互联网物种，并无二致。

它存在的最大的功能和意义在于，尽可能多地建构自身的规模，尽可能高效地实现供给端和需求端的对接效率。

在这种情况下，金融科技所承担的是，依然是互联网物种的功能和作用，依然是走在规模或效率的道路上。

当金融科技的发展进入到新周期，特别是当新产业时代来临，仅仅只是以规模或效率，是无法完美诠释金融科技的内涵与意义的。

透视蚂蚁集团、京东科技的发展，可以显而易见地看出，它们更多地开始深入到产业之中，它们开始更多地参与到产业之中，它们更多地贯穿到产业之中。

在这种情况下，所谓的规模或效率，其实，早已不再是衡量它的唯一选项。

如何更深度地接入产业之中，如何对产业的不同流程和环节进行深度赋能，最终，实现产业的迭代和升级，已经是衡量金融科技玩家们成败的新标准。

此刻，金融科技俨然成为了新产业的孵化器。

如果一定要寻找一个词来诠释当下的金融科技的话，深度与效益，或许是再恰当不过的了。

平台化或中心化，已无法诠释金融科技

以往，之所以会那么多的玩家投身到金融科技市场之中，其中一个最为根本的原因在于，它们想要借助金融或科技的「毛细血管」的功能和作用，做大平台，做强中心。

可以肯定的是，平台化和中心化，是无法完美诠释金融科技的功能和作用得到最大限度地发挥的。

可以肯定的是，平台化和中心化，并不是金融科技的最终奥义，并不是金融科技的最终表现形态。

在我看来，对于金融科技玩家们来讲，只有实现了新产业的衍生和出现，只有成为了新产业的孵化器和助推器，才算是真正找到了实现自我的正确方式和方法。

须知，平台化或中心化，是无法造就新产业的诞生的，是无法实现新产业的衍生和出现的。

抛开平台化或中心化的思维，真正让金融科技投身到产业之中，让金融科技成为新产业的基础设施，实现新产业的诞生，才是它的最终意义和原始奥义。

蚂蚁金服、京东科技之所以会穿越金融科技洗牌的周期，之所以会实现自身的蝶变和升级，其中一个很重要的原因就在于，它们不再以平台和中心来定义自我。

如果对他们现在的发展脉络进行一次总结的话，它们更多地是在凭借自身在互联网时代所积累下来的与产业的深度结合的经验，不断地去赋能产业的发展，让产业本身发生深度且全面的改变。在这种情况下，金融科技已不再是单纯意义上的平台或中心，而是成为了化有形为无形，化有为无我的一个全新的存在。

## 海底捞火锅天花板缘何走下神坛?“高光时刻”何日再现?

一提到火锅，很多人都会联想到天花板级别的“大咖”——海底捞，甚至以吃一顿海底捞为奢侈的享受。然而，当海底捞业绩下滑，上半年净亏损2.25亿的消息一出，在为其扼腕叹息的同时，又让人陷入深思：曾经的火锅天花板，为何会走下神坛？海底捞是否还会迎来高光时刻？

曾经的财富传奇，处处都有高光时刻。在过去的很多年里，海底捞一度成为了火锅界的中流砥柱，占据着举足轻重的地位，创造了令人赞叹的财富传奇。

海底捞于1994年创立之后就一路突飞猛进，后来在全国多个城市都有其直营店，大型现代化物流配送基地、原料生产基地更是成为海底捞不断发展壮大的“左膀右臂”。2018年，海底捞在港交所上市；2020年，位列“2019年中国餐饮企业百强”第3位；2021年，入选艾媒金榜发布的《2021年上半年中国火锅品牌排行Top15》，排名第一。

可见，海底捞曾经拥有着十分辉煌的业绩，即使大街小巷出现了大大小小的火锅品牌，而它的“大咖”地位也是无法撼动的，以前的海底捞可谓是“高光无限”。

海底捞的渐行渐远，都是疫情惹的祸？

8月14日，海底捞发布2022年上半年的营收数据，预计上半年净亏损2.25亿元至2.97亿元。早在2020年，海底捞的营业收入就有所下降，当年的净利润为3.093亿元，同比下降86.8%，并于2021年11月决定逐步关停300家海底捞门店。对于这样的状况，有人认为全是因为突如其来的疫情造成了强大冲击，真的只是这个原因？

毋庸置疑，四处蔓延的疫情的确给餐饮业带来了重创。消费者很少外出就餐，小吃快餐、烧烤火锅门可罗雀，关门歇业倒闭的不在少数，服务人员由此失业……

可就是在这样的风口浪尖上，海底捞竟然反其道而行之——大量开新店！2020年6月，海底捞创始人张勇表示：“疫情将在3个月内结束”，而后在2020年、2021年陆续新开了544家和421家门店。结果在2021年的亏损金额高达41.63亿元，这个数字相当于海底捞上市3年的总利润。由此可知，海底捞的亏损，疫情是导火索，门店扩张是“帮凶”。

“吃服务”的消费者变了，运营模式还在“涛声依旧”？

有些网友谈到：“其实海底捞和别的火锅并没有太大的差别，只是服务好而已”。一顿火锅吃下来，完全不用自己倒水；水果拼盘免费续、柠檬水免费续；生日表演、美甲服务花样百出……正是因为“服务好”，无数人被海底捞圈了粉。

然而，曾经以“吃服务”为享受的消费者变了，如今的年轻人吃火锅聚会图的是轻松自由，而不是被服务所打扰。同时，人们的消费理念也在发生着变化，吃顿饭会考虑它的经济价值，看它是否值得，人们更为注重的是理性消费，而非盲目跟风。

有人可能会问：“如今的海底捞还会再现昔日辉煌吗？”，答案是未知的。在市场环境风云变幻的今天，谁又能百分百地预知未来之事？然而，可以肯定的是，海底捞如果想在火锅界成为“常青树”，那么就需要做到与时俱进，立足当下局势不断调整发展战略，期待高光时刻的再现。一提到火锅，很多人都会联想到天花板级别的“大咖”——海底捞，甚至以吃一顿海底捞为奢侈的享受。然而，当海底捞业绩下滑，上半年净亏损2.25亿的消息一出，在为其扼腕叹息的同时，又让人陷入深思：曾经的火锅天花板，为何会走下神坛？海底捞是否还会迎来高光时刻？

曾经的财富传奇，处处都有高光时刻



在过去的很多年里，海底捞一度成为了火锅界的中流砥柱，占据着举足轻重的地位，创造了令人赞叹的财富传奇。

海底捞于1994年创立之后就一路突飞猛进，后来在全国多个城市都有其直营店，大型现代化物流配送基地、原料生产基地更是成为海底捞不断发展壮大的“左膀右臂”。2018年，海底捞在港交所上市；2020年，位列“2019年中国餐饮企业百强”第3位；2021年，入选艾媒金榜发布的《2021年上半年中国火锅品牌排行Top15》，排名第一。

可见，海底捞曾经拥有着十分辉煌的业绩，即使大街小巷出现了大大小小的火锅品牌，而它的“大咖”地位也是无法撼动的，以前的海底捞可谓是“高光无限”。

海底捞的渐行渐远，都是疫情惹的祸？

8月14日，海底捞发布2022年上半年的营收数据，预计上半年净亏损2.25亿元至2.97亿元。早在2020年，海底捞的营业收入就有所下降，当年的净利润为3.093亿元，同比下降86.8%，并于2021年11月决定逐步关停300家海底捞门店。对于这样的状况，有人认为全是因为突如其来的疫情造成了强大冲击，真的只是这个原因？

毋庸置疑，四处蔓延的疫情的确给餐饮业带来了重创。消费者很少外出就餐，小吃快餐、烧烤火锅门可罗雀，关门歇业倒闭的不在少数，服务人员由此失业……

可就是在这样的风口浪尖上，海底捞竟然反其道而行之——大量开新店！2020年6月，海底捞创始人张勇表示：“疫情将在3个月内结束”，而后在2020年、2021年陆续新开了544家和421家门店。结果在2021年的亏损金额高达41.63亿元，这个数字相当于海底捞上市3年的总利润。由此可知，海底捞的亏损，疫情是导火索，门店扩张是“帮凶”。

“吃服务”的消费者变了，运营模式还在“涛声依旧”？

有些网友谈到：“其实海底捞和别的火锅并没有太大的差别，只是服务好而已”。一顿火锅吃下来，完全不用自己倒水；水果拼盘免费续、柠檬水免费续；生日表演、美甲服务花样百出……正是因为“服务好”，无数人被海底捞圈了粉。

有人可能会问：“如今的海底捞还会再现昔日辉煌吗？”，答案是未知的。在市场环境风云变幻的今天，谁又能百分百地预知未来之事？然而，可以肯定的是，海底捞如果想在火锅界成为“常青树”，那么就需要做到与时俱进，立足当下局势不断调整发展战略，期待高光时刻的再现。

**华府冷暖空调**  
专业快速，服务DC/VA/MD  
电话：240-421-7363

9-153

冷暖气机 热水炉  
中央空调 风管  
消毒杀菌灯 车库门  
维修 安装 保养

代理：  
Carrier  
Payne  
Goodman

冷暖气新机：  
零件10年保证 / 1年人工保证

**方氏冷暖**  
Carrier Trane  
240-651-9115

9-152

空调维修  
冷气暖气  
维修安装

质量保证  
价格合理

专业中央空调

**高氏冷暖**

住家商业 安装维修  
住家空调 抽风马达  
商业空调 风管改装  
水电改装 热水炉

机器10年 1年人工 价格合理 品质保证

代理多种名牌空调设备  
Carrier, Bryant, Payne, Goodman

电话：(240)636-8420

**安居冷暖空调公司**  
Infinity Air LLC

9-147

代理多种名牌空调设备  
Carrier, Bryant, Payne,  
Goodman

专业技术执照  
HVAC Master & Contractor License

电话：571-334-9893  
Licensed, Insured

**冷暖考版**

冷暖考版

电话：571-334-9893