

蚂蚁金服之后，金融科技将走向清晰

如果从金融科技诞生的背景来看，它与互联网金融的确是有着很大的关系的。因为正是在互联网金融遭遇困境的大背景下，金融科技的概念才被越来越多的玩家关注和加持。所以，如果我们从这个角度来看，金融科技更多地承担的是互联网金融接棒者的角色。然而，我们同样需要明白的是，金融科技真正扮演的是接棒者的角色，而不是互联网金融的代名词，而在实际操作过程中，诸多玩家却把金融科技看成了互联网金融的代名词，重新玩起了收割流量的旧游戏。

对于金融科技的片面认识，让那些暂时逃过了互联网金融监管的玩家还是绕了一个大弯，最终还是回到了互联网金融的原有轨道里。可想而知，这种发展路子不走入死胡同，倒变成了一件不正常的事情。无法真正理顺金融与科技的关系，仅仅只是从思维和概念的角度来看待金融科技，所谓的金融科技必然无法获得长久发展。事实证明，金融科技诞生的真正目的，是为了弄清楚金融与科技的关系，而不是为了让科技玩家逃避金融的监管。

随着以蚂蚁金服、京东数科为代表的金融科技头部玩家的上市被终止，同样昭示着人们对于金融科技的认知将会进入到一个全新的阶段。在这个新阶段，金融与科技将不再是一个模糊的概念，金融与科技两种元素之间的界限将会逐渐分野、明晰，直到金融与科技两种元素之间的关系真正理顺为止。如果我们将上一个阶段的金融科技的发展，看成是野蛮生长期的话，那么，以蚂蚁金服、京东数科的上市被终止为分水岭，金融科技的发展将会进入到真正意义上的春耕细作期。金融科技的本质将会变得更加清晰和明朗。

金融科技，正在从模糊走向清晰

如果一定要为金融科技遭遇到的困境找到一个理由的话，对于它的认识的模糊，抑或是模糊对于它的认识，是一个主要原因。然而，经历了蚂蚁金服上市被终止的事情之后，人们对于金融科技的认知将会从模糊走向清晰，金融科技同样也不再是一个概念和噱头，而是变成了一个真正富有自身鲜明特色的存在。

金融科技玩家的角色将会被重塑。一直以来，人们对于金融科技玩家的定义都是一个综合性的存在。即，金融科技的玩家既是一个金融玩家，又是一个科技玩家。左手金融，右手科技，成为人们形容这些玩家都惯用词汇。我们看到的蚂蚁金服、京东数科无一不是如此。对于金融科技玩家角色的模糊认识，最终让金融与科技两种元素一直都处于一种混沌的状态。于是，在很多情况下，那些口口声声说自己在做科技的玩家，却一直都在做金融的业务，而那些选宣称自己做金融的玩家，则在科技方面出现了很大的短板——数据上的匮乏。

经历了金融科技的重塑和调整之后，金融科技玩家们的角色和定位将会被进一步明确和重塑。简单来讲，金融科技将不再是一个金融与科技的融合体，而是真正变成了一个

一个让金融的归金融，让科技的归科技的全新存在。所谓的让金融的归金融，让科技的归科技，其实就是让那些真正专注做金融的玩家去做金融，让那些真正擅长做科技的玩家去做科技。

换句话说，就是让金融科技不再是一个华丽的外衣，而是真正变成了一个真正有内涵和意义的存在。对于以蚂蚁金服、京东数科为代表的头部玩家来讲，他们真正应当做的是发挥自身在科技端口的优势，不断为金融行业的数字化转型赋能，让金融行业可以更加符合后互联网时代的发展需求，更好地服务实体经济，而不去一味地做以消费金融为代表的金融业务。

金融科技本身的角色将会被重塑。谈及金融科技，人们一直都无法给出一个明确的定义。有人说，金融科技是科技的一种，有人说，金融科技是金融的一种。金融科技本身的角色一直都没有被真正明确和定义，这导致了很多玩家披着金融科技的外衣，继续在做互联网金融的买卖，所谓的金融科技的角色和作用并未真正发挥出来。

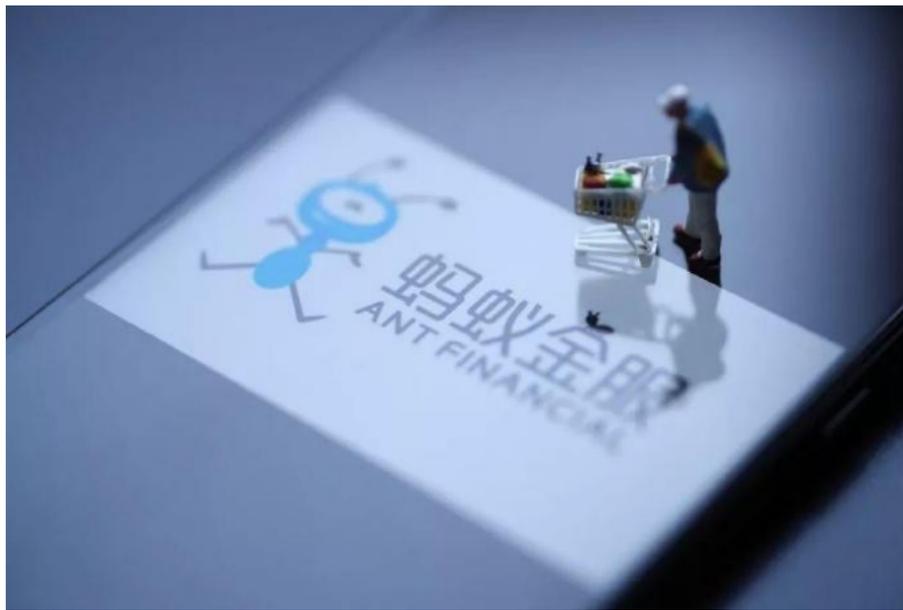
经历了金融科技的调整 and 洗牌之后，人们对于金融科技这一物种的角色开始逐渐清晰和明朗。所谓的金融科技，其实就是金融进化过程当中必然要经历的一个阶段而已，只有经历了金融科技阶段的洗礼和催化之后，金融进化才能获得更大的发展和变化。从这个角度来看，金融科技的角色已经不再是简单意义上的终极角色，而是变成了一个从传统金融时代向新金融时代迈进必然要经历的一个中间阶段。

在这样一个阶段，我们需要做的是将金融与科技实现更加深度的融合，实现的是金融本身的蜕变，而不仅仅只是将金融科技看成一个概念，对金融缺少实质性的改变，做的依然是收割流量的买卖。因此，金融科技的角色开始从简单意义上的代名词，真正变成了一个承上启下的桥梁和纽带。只有经过了金融科技时代的洗礼之后，金融行业的发展才能真正进入到一个全新的时代。

金融科技的本质将会被重塑。对于金融科技究竟是什么，相信很多人是仁者见仁，智者见智的。这说明，人们对于金融科技的本质并未真正弄清楚，一直都是模糊不清的。在很多时候，人们认为的金融科技仅仅只是一个虚无缥缈的概念而已。经过了金融科技的洗牌和调整之后，人们开始明白，所谓的金融科技的本质的本质，其实还是要回归金融本身，按照金融本身的规律运行，而不能仅仅只是把金融科技看成一个模棱两可的存在。

在我看来，所谓的金融科技，其实就是一个通过将新技术应用到金融本身，通过与金融的深度融合，衍生而来的一个全新的金融物种。所以，我们在看待金融科技的问题上，应当是以科技为出发点，以金融为落脚点的方式。一味地仅仅只是将金融科技看成是金融，抑或是一味地将金融看成是科技，都是不恰当的。

从这个角度来看，我们应当更加关注的是金融与科技之间的深度融合，通过这种融



合，真正实现的是金融的再进化，最终，还是要回归到金融本身。因此，金融科技，其实是一个以科技为出发点，以金融为落脚点的存在。正是因为如此，我们在落地和实践金融科技的过程当中，不应该仅仅只是一味地关注科技，而是要时刻以金融为准绳要求自己，尽可能地做到合规、合法运行，才是真正能够保证金融科技的发展不偏离正确轨道的关键所在。

经历了金融科技的调整 and 洗牌之后，它的发展开始从野蛮生长步入到春耕细作，原本模糊的存在，开始变得清晰和明朗起来。对于金融科技玩家来讲，我们真正要做的，不是仅仅只是把金融科技看成一个收割流量的工具，而是要真正去思考如何让金融科技更好地回归本质。

金融科技的本质：起于科技，终于金融

通过上文分析，我们可以看出，金融科技的相关各方都在经历深入而又全面的变革，对于金融科技的认知同样正在从模糊走向清晰。在我看来，金融科技的本质，其实就是一个以科技为起点，以金融为终点的进化过程，只有真正回归金融本身，金融科技才不会偏离轨道。

1、科技的意义在于改造金融，而非获取流量。我们看到很多的金融科技玩家都是由互联网金融玩家衍生而来的，这些玩家都有一个突出的特点，那就是流量思维的根深蒂固。在他们看来，所谓的金融科技只不过是一个全新的获取流量的工具和手段而已，除此之外，再也没有其他的内涵和意义。

很显然，这种思路依然还是互联网金融的思维，他们口中所说的金融科技仅仅只是获取流量的噱头而已。虽然他们口中宣称将会改变传统的金融体系，事实上并未改变传统金融本身，而仅仅只是把金融科技看成了他们获取流量的方式和手段而已。

可见，金融科技的关键并不是在科技上，而是在金融上，它的目的是让金融行业的发展更加符合行业的需求，让金融与行

业，特别是实体行业的结合更加紧密。只有真正将金融行业的发展和蜕变看成是衡量金融科技的准绳，并且真正用金融的合法和合规来严格要求自己，金融科技的发展才会走偏。

2、金融是金融科技的底色，回归实体，才是关键。我们看到的很多金融科技的玩家仅仅只是把金融科技看成了一个收割流量的方式和手段而已。他们对金融行业做进行的改变，同样是为了让可能多的用户成为他们对用户而已。在这个过程中，加杠杆成为一种主要方式和方法。然而，虽然这种方式可以在一定程度上让更多用户享受到金融服务，但是，同样让金融行业本身的风险增加了不少。

很显然，这种以流量的获取为终极追求的金融科技的方式并不能够获得长久发展。只有真正让金融回归实体，只有让金融更好地促进实体经济的发展，让实体经济反作用于用户，才能促进经济的良性发展。对于绝大部分的金融科技玩家来讲，他们并没有如此长远的眼光，仅仅只是将获取流量当成是首要目标，于是，开始绕道回归实体的环节，直接用金融科技收割流量。

于是，金融科技不再是一个更好地促进实体经济发展的存在，而是变成了一个透支消费，收割流量的存在。这无疑已经背离了金融科技的原始奥义。随着人们对于金融科技认识的深入和全面，这种发展方式必然会陷入到死胡同里。只有真正通过金融科技更好地回归实体，才能让它的发展跳出流量的怪圈，真正进入到一个全新的时代。

经历了调整 and 洗牌之后，人们对于金融科技的认识正在从模糊走向清晰。一场有关金融科技的重塑由此开始拉开序幕。对于金融科技来讲，这是一个必然的过程。只有经历了这个阶段的洗礼之后，金融科技的发展才能真正跳出流量的怪圈，真正进入到回归实体的正确轨道上来。

从纸巾、可乐到电视、硬盘，面对疯狂涨价潮该怎么办？

经济学是一门非常复杂的学问，关系到社会的方方面面。而对大多数人而言，有关经济的了解往往局限于工资的变动、社保的缴纳、商品价格的上涨或回落等颇为实际的方面。如，“车厘子自由”其实就在反映一个人有着较高的消费能力。菜篮子、米袋子、果盘子，乃至手机、电脑等数码产品的价格，都在很大程度上决定着人们的生活品质。

因此，很多与生活息息相关的商品价格，总是会牵动人们的心情和钱包。但如今，一波疯狂涨价潮却汹涌而至，让人措手不及。包括纸巾、可乐、硬盘、电视等在内的商品，纷纷举起“涨价大斧”瞄准人们的钱包。那么，我们面对疯狂涨价潮该怎么办呢？

疯狂涨价潮来了！太多商品价格上涨

对于我们的餐桌美食而言，此前最让人“心痛”的是猪肉价格飞涨。而如今，猪肉价格已经连续12周下降，让肉食爱好者又能大快朵颐。但没想到的是，猪肉价格是降了，其他商品却带来一波更让人“惊恐”的涨价潮。

与日常生活相关的，是纸巾、卷纸价格

大涨20%左右。近日，维达、洁柔等国内四家知名纸业公司均发布了调价通知，宣布从4月1日起上调旗下产品价格。截至目前，市场上部分生活用纸产品价格上调了10%-20%。原因嘛，按照企业所说是木浆这一最重要的原材料大幅上涨，涨幅近一倍。

此外，宝洁也宣布即将涨价。宝洁将在9月份提高婴儿护理、女性护理和成人护理产品的价格，以应对更高的大宗商品成本。庆幸的一点在于，宝洁表示价格上涨将因品牌而异，但涨幅将在中至高个位数的范围内。对于宅男而言，可能难以接受的是“肥宅快乐水”可乐也将涨价。可口可乐CEO表示，该公司的饮料将涨价，以应对大宗商品价格上涨。看来，以后可乐+泡面的黄金组合可能会被拆散。

在科技数码行业，涨价声也频频传来。让人尤为印象深刻的是，Redmi MAX 86英寸的发售价格为7999元，但在发售一个月后就涨价到8888元，随后又迅速涨价到9999元，足足涨了2000元！号称“价格屠夫”的红米都在涨价，可见电视行业的成本越来越高。而除了电视集体涨价外，空调、冰箱、洗

衣机等家电产品的价格也都在上涨，众多家电厂商陆续实施了价格调整的措施。

此外，处于缺货状态的芯片价格也在持续上涨。至于显卡和硬盘，也都处在上涨通道中。可以说，“万物涨价”正在成为既定事实。

应对之策：剁手持审慎态度，开源更重要

持续的涨价潮，让人有些措手不及。如何应对涨价潮，也就成为当务之急。简单来说，应对之策主要在两方面——节流开源。

所谓的“开源”，就是要在“省”上面做文章。以往随意剁手的消费观，是时候改变了。换言之，剁手要持审慎态度。非刚需产品，最好考虑清楚后再选择是否购买。没有必要为了追新而去购买新手机、新电视或新显卡等。

事实上，现在的消费观正趋于理性。据贝恩公司与凯度消费者指数发布的《2020年中国消费者报告，系列二》显示，新冠肺炎疫情导致中国消费者行为发生巨大改变。消费者更加谨慎，纷纷选择囤积必需品和低价商品，并缩减不必要的支出。

至于“开源”，其实更为重要。“开源”就是说人们要想方设法增加自己的收入，免得因商品涨价而不愿消费，导致生活品质下降。无论是多学习理财知识、寻找更多投资之道、强化自身工作技能或提高学历、素养等，都是开源的重要手段。但要注意的是，在进行理财或投资时一定要注意别上当受骗，或盲目跟随他人。

平台与商家，面临新机遇

虽然涨价潮有可能导致消费者捂紧钱包，但这对平台与商家而言，或许也是一个洗牌的新机遇。以双十一、618等大促为例，规则越来越复杂，让人们心力交瘁。稍不注意，就会掉入某些平台和商家的价格混淆陷阱中。这也导致人们，越来越不想尽情消费。

如果平台和商家能实现消费品质、购物行为的再度升级和进化，打造一个简单便捷的无套路消费环境，竞争力自然会大幅提升。没有复杂规则，不用精打细算、无需熬夜，直接就能以最低价购买到心仪商品……这样的消费环境，希望能够重现。（科技新发现 康斯坦丁/文）