

在金融科技迈向智能金融时代(AI Fintech),银行业务从电子化、移动化向智能化演变的当下,普通互联网技术银行已不再稀缺,最匮乏、最难以自给自足的恰恰是人工智能技术。

对手变朋友 与互联网金融巨头结盟

国有银行搭AI快车求双赢

本报记者 刘艳

以传统“四大行”各自找到心仪的伙伴为标志,我国银行业和互联网的巨头们正在以“竞争者”和“协作者”的双重身份,合力打破传统金融机构旧有的能力疆界,重建金融秩序。

因为互补与彼此需要,当中国银行、中国工商

银行、中国农业银行、中国建设银行与腾讯、京东、百度、阿里巴巴及蚂蚁金服,明确合作关系,金融与互联网两重势力间曾经的“颠覆与阻挡”暂时退却,向着合作共赢模式转变。只是,以上种种尚难看清结局,能确定的是,在传统金融业对金融科技的需求得以释放的同时,银行业、证券业、保险业与金融科技公司将拥有更多、更为深入的跨界合作机会。

消弭戒备与敌视 跨界融合

金融科技如何颠覆传统银行的争论还在继续,传统银行巨头和互联网巨头却心平气和地坐在一起,商量着如何共谋未来。在异常清晰的相互借势的动机下,两种势力在竞争、冲突与合作间达成默契。

6月22日,四大行中业务最稳健的中国银行与拥有9亿用户的流量之王腾讯的“金融科技联合实验室”挂牌;6月20日,中国农业银行与百度牵手,并计划建立“金融科技联合实验室”;6月16日,工商银行与京东签署全面合作协议;早前,中国建设银行也与阿里巴巴、蚂蚁金服签署三方战略合作协议。

当守住“本分”未必就是最正确的选择,国有大行争相与早已具有金融科技属性的互联网企业“结对”,是因为他们看清了,在互联网与金融的世界里,开放与合作才有未来。

对此,中国电子商务研究中心主任、《互联网+普惠金融:新金融时代》作者曹磊表示,在“互

联网金融”起步阶段,一些互联网+类公司以“野蛮进取”的手段,依托网络平台、创新模式、互联网思维、社交营销等手段,动了金融业的“奶酪”。但是,BAT类企业不仅拥有海量用户、商家资源、平台大数据、风控技术、用户画像等技术,更相对遵守金融规则秩序,他们以全方位开放的态度与包括银行业、基金业、保险业等传统金融行业展开业务与技术的合作,使彼此资源能够共享、优势可以互补,也使跨界融合双赢不再是纸上谈兵。

“银行固然业务模式齐全,资金实力雄厚,但互联网公司的人局,对银行体系确实大有裨益,弥补了他们在场景、营销、数据积累以及新模式探索上明显的短板。”一位银行业人士表示,“体制内金融巨头拥抱体制外互联网巨头,不管能在多大程度上改变中国金融业的多年‘顽疾’,在监管沟通以及双方战略落地等方面还需要较长的时间打磨,这样的合作仍值得期待。”

智能技术,更将在金融领域产生革命性的影响。就如李彦宏所说:“金融的数据化本质,加上业务规则清晰,使它成为人工智能最佳的应用

场景。”这对于靠人海战术拓展业务的银行而言将是巨大挑战,但对整个银行业却是不言自明的机遇。

事实上,银行业的分析师、风控师、保险精算师、柜台柜员等许多职位正在被机器取代。三年前,高盛纽约总部现金股票交易柜台拥有超过600名交易员,今天只剩下2名交易员。去年三季度起,美国银行、花旗和摩根大通关闭了至少400个线下网点,因为面对面服务可以通过线上渠道自助完成。曾经每个窗口都排着长长队伍的,窗口最忙碌的工商银行,这两年最令人震撼的变化就是,除了必须窗口办理的业务,全部迁移到“机器”上。

与此同时,在金融科技迈向智能金融时代(AI Fintech),银行业务从电子化、移动化向智能化演变的当下,普通互联网技术银行已不再稀缺,最

匮乏最难以自给自足的恰恰是人工智能技术。

尽管包括蚂蚁金服、京东金融在内的已有金融业务的公司,纷纷宣布未来将专注于“tech”(技术),为传统的金融机构“赋能”。只是,与国家四大行达成金融科技领域战略合作,并全面输出AI能力的,目前只有百度金融一家。

据百度高级副总裁朱光介绍,在百度和农行的“共建智能银行”的合作中,重头戏是人工智能,具体包括人工智能和大数据在智能获客、大数据风控、生物特征识别、智能客服、区块链等方向的应用,每一个方向均与AI相关。这对于从来不以技术见长,甚至一直被认为相对老派保守的农业银行无异于“雪中送炭”。农业银行或许将因此掀起头羊效应,吸引更多的传统银行添加AI金融能力。

在商言商 握手分利是明智策略

互联网金融业态几经迭代,逐步从外围的渠道、商业模式创新向核心的数据、信息处理的匹配演进。同时,传统金融机构在利率市场化与互联网金融的冲击下,面临巨大的转型压力。于是,互联网公司,不约而同有了结为联盟的诉求。

但是,这几家互联网企业都有相应的金融业务,且优势各异,他们为什么转型于开放平台与技术能力,为传统金融机构服务?

“在与金融机构竞争和技术能力输出之间选择后者是明智的。”资深财经媒体人夏欣说,“因为相对于传统金融机构而言,技术能力是互联网企业最大的优势,在品牌、资源、对金融业务及环境的理解等层面却处于弱势。与其在已成红海的‘互经’领域打到两败俱伤,不如握手分利。”

其实,尽管目前互联网企业向金融企业进行技术输出已是主流思路,但在美国,顶尖的金融机构对前沿科技的痴迷关注而疯狂,他们往往

不甘于购买科技巨头的人工智能技术输出,而会采用挖角、重金投入等手段布局以人工智能为代表的新科技。比如,高盛和摩根大通今年已宣布自己是一家科技公司,并向关键技术领域破壁。今年5月,微软人工智能首席科学家邓力被挖到对冲基金巨头Citadel担任首席人工智能官。

“在我国当前的金融环境下,美国的做法并不适合我国的银行等机构,他们不能‘任性’的理由很多。”夏欣说,而对于互联网企业来说,开放技术能力,获取看得见的技术服务收入不仅是在商言商的要求,也是互联网企业对自身金融技术能力难得的试验和实战机会。满足大型银行的业务需求,等于获得了良好的口碑,等于为产品或技术拿到了通行证。

夏欣说:“既然是合作,那就一定包含了双赢和利益增值的期待,却不能说一定一帆风顺,但传统金融机构和互联网科技企业寻求业务合作,共同营造商业生态是值得称道的进步。”

传统银行呼唤AI“雪中送炭”

这轮合作潮中,大数据、人工智能、区块链等互联网公司拥有的关键技术,将通过合作逐步从概念走向成熟,使大规模商业化成为可能,尤其是人工

京东市值逼近百度 互联网巨头格局面临新演变

第二看台

新华社记者 王乃水

近日,中国电商巨头京东股票市值即将超越另一家科技巨擘百度公司的消息备受市场关注。与此相关,分析人士认为,以BAT(百度、阿里巴巴、腾讯)三足鼎立为突出特点的中国科技强企格局可能会有所演变。

根据雅虎财经数据,截至6月26日收盘时,在纽约纳斯达克上市的京东集团市值约为612亿美元,同样在美上市的百度市值为619亿美元,两者相差仅几亿美元。

分析人士认为,科技板块行业发展态势瞬息万变,公司市值此消彼长很正常。随着中国科技企业创新活力不断迸发,BAT格局发生变化并不意外。至于京东和百度谁更优秀,现在还言之尚早,成为“长跑”冠军才是最终赢家。

京东近期股价强势上涨主要得益于以下三方面因素:一是一季度财报超预期。京东财报显示,一季度公司经营利润8.4亿元人民币,非美国通用会计准则下经营利润17亿元人民币,实现上市三年来首个单季度盈利。自5月份财报公布以来,京东股价已上涨逾20%。

二是并购英国奢侈品电商。6月22日,京东宣布斥资3.97亿美元收购英国奢侈品电商Farfetch股

权,并成为该公司最大股东。Farfetch是一家总部位于伦敦的奢侈品电商,目前与全球超过700个精品店和奢侈品品牌有合作关系。6月22日以来,京东股价上涨近5%。

三是京东模式获得美国投资者认可。自登陆美国资本市场以来,京东因经营模式与亚马逊类似,一直受到当地投资者较高认可。一季度财报显示,京东盈利路径与亚马逊类似,这也助推了京东股价上涨。截至6月26日收盘,亚马逊市值达4751亿美元。

分析人士认为,考虑到中国庞大的消费市场仍在快速增长,以及消费者越来越青睐高端消费品,京东依然有很大发展潜力。

反观中国传统互联网巨头百度,近几年经历不少风波之后,其股价基本处于横盘整理状态,在近期的全球科技股热潮中略显落后。

国际信用评级机构穆迪和惠誉5月份相继将百度债券列入“降级审查”和“负面观察”名单,令百度股价承压。这两家评级机构作出上述决定的理由相近,均认为百度在互联网金融领域的扩张可能面临较高违约风险。

美国投资咨询公司莫特利富尔高级科技分析师安德鲁·汤纳认为,与阿里巴巴和腾讯相比,百度在互联网金融领域确实不具备优势,但目前中国在这一领域的风险整体可控。

汤纳表示,百度在中国搜索市场占据支配地

位,这将为提供稳定营收,公司同时拥有大量现金流,且近年来一直在加大人工智能以及机器学习等方面的投资和战略调整,因此百度发展前景仍然看好。

分析人士认为,鉴于现在阿里巴巴和腾讯市值远超3000亿美元,市值600亿美元左右的百度已较难和前者相提并论。与此同时,包括京东在内的众多第二集团科技企业正呈现出快速发展态势,展

现了中国科技企业整体强大的创新活力。

彭博的统计数据显示,阿里巴巴、腾讯、京东、百度、网易五家中国科技公司的总市值目前是苹果、亚马逊、谷歌、脸书、微软五家美国科技巨头总市值的30%。2015年9月份,这一数据仅为21%。

分析人士预计,未来一段时间,京东和百度将展开激烈角逐,中国互联网科技巨头格局会发生怎样的新演变,各方拭目以待。



(图片来源于网络)

业界声音

马国强: 中国绝大部分技术创新源于国企

中国宝武钢铁集团有限公司董事长、党委书记马国强出席2017夏季达沃斯“国字号”分论坛在谈到创新能力时,现场有观众认为,与民营企业相比,国企创新能力似乎不足,但马国强表示,民众普遍存在误区,认为国有企业创新能力不及民营企业。但从统计数据来看,中国绝大部分的技术创新来源于国有企业。



在场的清华控股董事长徐井宏也同样持上述观点,他以自己领导的企业为例称,“国有企业挺能创新的,比如清华产业,就是因为有了创新才有了新的发展,我们有大量的先进技术和新的商业模式在推动”。但马国强也坦承,虽然技术创新国企不弱,但对于商业模式创新,“国有企业确实没有民营企业灵活”。

王丰: 科技巨头在智能家居方面进步慢



在2017夏季达沃斯论坛“凤凰财经早餐会”上,来自各行各业的商业精英,共聚一堂,以“中国制造转型升级”为主题,进行展望与分享。闭门早餐会围绕消费升级与品质经济、智能制造与投资机遇、金融与互联网如何支持中国制造以及有机生活时代中国制造应当如何转型等进行讨论。

FT中文网总编辑王丰表示,消费升级关键在于中国企业是否能抓住商机。只要有市场,有需求,中国就能做成这件事情,只是时间问题和开窍的问题。具体来说,关于消费升级和相关投资机遇,近年他感觉,不少科技企业,尤其现在走在技术创新和金融创新前头的企业,很善于在特别专注地方把所有客户需求和机会都挖掘殆尽了,比如手机,最聪明头脑可能也想不出什么新的花样。但是华为做出了一款具有革命意义的颠覆性的手机,我们每天花在手机上的时间越来越长了,投资已经挖得差不多了。但是我们更多时间还花在了家里,关于智能家居方面的投资和演进似乎这些年没有什么进步。目前还仅仅停留在可以对话智能音箱的角度,比如远程启动汽车、智能空调等。

熊晓鸽: 中国定会有世界级消费品牌



随着中国经济转型升级,中国人的消费方式、消费结构都在发生巨大变化,也给消费行业带来空前发展机遇。IDG资本全球董事长熊晓鸽日前表示,未来中国一定会像ZARA这样的世界级消费品牌。

“希望我们中间在未来能够出现像ZARA这样的世界级品牌……相信在消费领域,也能走出一批不是做互联网,但同样能把市值做成很大的公司。”熊晓鸽日前在北京举行的“新消费时代峰会”上说,“我觉得一定有这个希望。”

在熊晓鸽看来,随着围绕衣食住行的刚性消费以及文化娱乐、旅游等方面的柔性需求呈现井喷式增长,中国消费产业将迎来颠覆性的发展机遇。

谈到消费企业成功的秘诀,熊晓鸽说:“在消费的时代,说到底,我觉得你要成功,一定盯住一个事,不管是衣食住行的任何东西,一定要把品牌做好,品牌跟质量、服务、品位紧密相关,同时把品牌当时时尚来做,我觉得你一定成功。”

IDG资本合伙人闫怡腾在会上表示,“消费升级”不是伪命题,中国消费市场将发生摧枯拉朽式的变革。

闫怡腾认为,中国消费升级的推动力主要来自四个方面:首先,中国政府将扩大内需作为一项重要经济政策,消费已经成为拉动经济增长最重要的力量。其次,中国的城镇化比例在逐年提升,人均可支配收入保持快速增长趋势。第三,中国的中高收入人群已经成为消费的主流,同时包括“80”“90”“00”后在内的新生代已成为消费主力,这些人更容易成为品牌拥护者,且更有国际化视野。第四,移动端的普及使得流量碎片化,加上需求的小众化和个性化,渠道的去中心化,产品需求逻辑发生改变,这些都对消费企业提出了新的要求。

“新生代创业者会在未来10到20年时间里创造一批全新的品牌,替换掉原来的旧品牌。中国会出现一批真正国际化、市值过百亿美元的新品牌。”闫怡腾说。