

## ◆ 互联网金融新趋势 ◆

互联网金融的发展得到了传统银行、市场各路资本的广泛关注和参与。未来此行业的发展不仅要兼顾效率与安全，可持续经营也成为了挑战。如何遵循金融的本质，更好地运用“互联网+”的价值，做好金融市场的基础设施建设，这些都是业内共同关注的话题。

# “互联网+”的价值所在

◆ 东方财富股份有限公司董事长兼首席执行官 其实

“互联网+”的意义主要在于连接。本文以东方财富为例探讨“互联网+”及互联网金融真正的价值所在。

东方财富股份有限公司（以下简称“东方财富”）成立于2005年，是互联网企业的后来者，也是中国A股第一家互联网上市公司，因此获得了较多的市场关注。东方财富旗下的产品有天天基金网、股吧、东方财富网等。

说起东方财富从资讯类向交易类过渡，不得不提到“互联网+”概念，虽然“互联网+”是一个热门词汇，但人们对它的理解见仁见智。在我看来，很多人对它的认识存在误区，而事实上，99%的公司实际上实行的是“+互联网”。很多传统企业通过移动通信技术开发官网，开发自身的应用软件（APP），通过互联网管理、招聘、销售、服务，认为这样就是与互联网连接上了，但这恰恰只是“+互联网”。如果只是将互联网作为一个工具，作为提升体验、提升效率的手段，那么只能称之为“+互联网”而非“互联网+”。两相比较之下，“+互联网”可以比作物理反应，反应过程非常慢，而“互联网+”则是化学反应，它会促使一个业态发生巨大变化。

比如阿里巴巴旗下淘宝网，没有一件库存，但这没有阻挡其成为全世界销售量最大的商场。淘宝网专注于人和商品的关系，以前买东西需要

去商场、超市，现在足不出户，在网上就能买到。另一个例子是百度，百度连接的是人和信息的关系，比如学生在学习的过程中需要去图书馆，买很多书，查很多资料，现在百度能够替代这些需求，使搜查信息变得方便。而腾讯专注于人和人之间的沟通关系，过去保持联络、维系感情需要写信，后来过渡到电话，到现在通过电话、QQ、微信来沟通。因此BAT发展迅速，BAT当中市值高的有两千多亿美元，市值低的也有七八百亿美元。

很多传统的金融企业，更倾向于从金融角度再度增加互联网元素，这只是金融互联网化。而真正的互联网金融企业参与者可能并没有太多的金融专业知识，他们扮演的角色更像是桥梁。金融从业者会时刻担心资产风险、客户风险与投资风险，能够保障时效性与价值性的互联网金融咨询应运而生。

互联网金融公司本质上应该是一家互联网公司，不断地调节自身的发展来满足客户的不断变化增长的需求。互联网公司很大程度上没有将金融做深的初衷，但是事实证明互联网公司在金融方面的涉足面可以很深很广，这其中客户的需求

是最主要的。真正互联网金融的产生可能发生在不经意间，只是为了满足用户需求和用户体验，才产生了金融特征和属性。互联网公司多是提供一个平台，例如天天基金网，天天基金网到现在为止仍保留所有基金公司官网的购买入口，保留银行的购买入口，为用户提供平台。对互联网公

司来说，用户体验应该放在第一位，互联网金融应该是无我、利他、普惠的，是全身心为用户去考虑的互联网公司。

在细节上改变用户体验，即微创新，是互联网金融的发展之路。在未来，除了互联网金融之外，互联网医疗、互联网教育也会有好的发展前景。■

## 互联网金融领域的投资逻辑

◆ IDG 资本合伙人 李丰

每个行业的发展都有基本规律：从表现层到基础设施层到支持层。本文根据金融的特性简单剖析互联网金融的发展与投资逻辑。

金融在线下有巨大需求，但也有很多需求没有得到最佳解决方案，例如比较零碎的贷款、无抵押贷款、中小企业贷款。

每个行业和事物发展都有基本规律，当行业面对高科技变革时，第一轮每个行业的改变都是从表现层开始，到基础设施层，进而到支持层。从电子商务来讲，就商品制造零售流通环节而言，交易层是表现层，商品制造销售基础设施层就是物流仓库，以及货品生产制造方法。电子商务在过去七八年的发展过程中，从电子商务前端交易模式商对客（B2C）、个人与个人之间（C2C）开始，在品类上过渡到生鲜店电商，整个产业链投资热潮集中在跟物流仓储相关的业务。这就是从表现层开始逐层向下被互联网和科技改变。

金融行业的表现层是融资、投资、支付，基础设施层与支持层合成一层，是所有跟借贷相关的信用；信用的基础设施是数据，跟支付有关的是货币系统。资本公司在做投资的时候，一般会顺着两个规律做布局，一是行业发展的内生需求，

二是遵循每个行业在过去被科技和互联网改造过程中第一次循环都是从表现层开始逐层向下的规律，按照顺序逐层推进直到基础设施层。

金融的表现层就是借贷。每个行业被改变都是因为线下有巨大需求，为了解决线下出现的问题而从线上进行改变。

9年前，电子商务淘宝最新开始兴起时，淘宝核心用户群是1985年左右出生的人群，尤其是女生。这些人十年前处在20到23岁的阶段，大学刚毕业，对消费的需求是品类多样化、价格便宜、性价比高，但这个需求线下解决方案很差，所以催生了线上产业的发达。在品类更迭的过程中，电子商务向当中线下有解决方案但是仍然需要提高效率的市场发展，比如经营生鲜、海产、肉等的超市，逐层深入生活的每个方面。

还有一个有潜力的市场是虚拟货币，在美国，虚拟货币的投资比较热门，斯古尔没有推出产品的时候便以可转债的方式融资500万美元。按照前文所述的逻辑来讲，互联网金融接下来要做的是用数据基础设施来重新建立信用机制。■