



科技金融创新者的五大特点

文 / Jesse McWaters
编译 / 商白 (未来论坛)



几十年来，银行和保险公司都在采用相同的相对静态的、高利润的商业模式。但今天，他们发现自己在各方面都面临着创新者

们的颠覆性挑战。众筹、P2P 贷款、移动支付、比特币、机器人客服——各种形式无穷无尽。而一众金融科技 (FinTech) 新贵们的市值也几乎是

不可估量的。

然而，有些人可能会注意到这似乎是老调重弹。（上个世纪）90 年代的直接银行“电子现金”也曾以类似的方式吸引了媒体和投资者们的关注，但最终影响却并不大。事实上，面对创新者们发起的冲击，金融服务业一向相当地无动于衷，部分原因在于规模、信任和监管者在这一空间发挥的传统重要性。

然而，也正如投资界所说的，“过去的表现并不是未来成功的指标”这句话对银行业和保险业也同样适用。

世界经济论坛在一份报告中研究了超过 100 名业内专家和一系列专题讨论会的采访。研究结果表明，这一轮的创新可能会让金融服务业巨头们重新思考他们的商业模式。

现今创新者们的这五大特点表明，这一次，对金融服务行业的颠覆性创新或许确实与以往不同。

一、部署高度集中的产品和服务

过去的创新者经常试图复制整个





三、战略性地使用数据

客户数据一直是金融机构的核心决策因素——银行家根据你的信用评分作出贷款决定，而保险公司可能会看你的驾驶记录或要求健康检查，然后再制定协议。然而，随着人们和他们的设备变得更加互联，新的实时数据流正在浮出水面，创新者们正是利用这些数据来支持金融决策。例如，FriendlyScore 可以对人们的社交模式进行深入分析，为贷款方在分析借款人资信数据时多提供一重数据，有利于贷款方对借款人进行判别。

同时，一类新的保险公司正在寻找方法来生成数据流，帮助他们做出更好的定价决策，并鼓励他们的投保人做出明智的决定。美国健康保险公司 Oscar 免费为客户提供了一种可穿戴式健身追踪器。这让 Oscar 公司可以看到哪些投保者更喜欢在健身房的沙发上坐着，从而使他们能够提供货币奖励（如保费回扣）以激励客户多使用跑步机。随着这些分析模型和可穿戴设备的复杂性逐步提高，我们有望看到越来越多的金融服务公司努力推动客户养成更好的行为习惯和更谨慎的风险管理。

四、基于平台和轻资本

Uber 和 Airbnb 这样的公司表明，连接买卖双方的市场公司能够在收入成倍增长的同时保持成本或多或少的持平。这种策略自然不会被金融服务的创新者们忽视。引领美国市场的借贷公司 Lending Club 和 Prosper 在美国共发放的消费信贷总额从 2012 年的 8.71 亿美元增长到了 2013 年的 20 亿 4 千万美元。仅 Lending Club 一家就在 2014 发放贷款 30 亿 5 千万美元。Foundation Capital 公司的分

银行，导致商业模式只对最精通科技的或是最有价格意识的客户才有吸引力。今天的创新者正在积极地针对客户的高挫折和公司的高盈利能力之间的交集，让他们“去其精华”，瓦解掉商家最有价值的产品。

没有比汇款更好的例子了——银行历来对跨境汇款收取非常高的费用，跨境资金转移，客户体验也非常糟糕，往往需要长达三天才能使款项到账。英国公司 Transferwise 以创新性的银行账户网络和用户友好的网页界面对跨境汇款的过程进行了挑战，使国际汇款服务变得更快、更容易、更便宜。由于这种商业模式，该公司现在每月的业务额已达 5 亿美元，还将公司扩展到了美国。

二、高利润过程的自动化和商品化

创新者们也将他们的科技技术用于手动作业的自动化，而手动作业目前正占据了密集的资源。这使得他们能够为那些曾经仅供精英的新客户群体提供服务。如 Wealthfront、FutureAdvisor 和 Nutmeg 这样的“机器人顾问”将一整套完整的财富管理服务自动化，包括资产配置、投资建议，甚至复杂的税收最小化的策略，将所有这些通过在线终端提供给客户。

虽然没有一对一专门顾问的关注，客户却可以以低廉的成本得到许多服务，而无需像通常那样必须提供 10 万美元的可投资资产。这样一来，全新的年轻且相对不那么富有的阶层得以在储蓄过程中接受专业建议和支持。即使他们的储蓄增长到足以找个真人顾问的地步，他们也未必会有意愿去找传统的财富顾问帮忙。



析师预测，至 2025 年，市场贷款人将在全球范围内发行 1 兆美元的消费信贷。更惊人的是，他们这样做并没有把自己的资本置于风险之中。相反，他们为希望获得更好利率的借款人和基于投资的贷款人（个人和一系列机

构，如对冲基金）提供了交集。

众筹平台也达成了类似的目标，成为许多种子期企业的重要资金来源。这些平台将想对初创企业进行小额投资的个体和一系列潜在的投资目标连接起来，并借助“群体智慧”来决定投或不投哪些公司。

五、与既有者合作

这可能看起来奇怪。毕竟，颠覆者按理应该吞噬旧的经济，而不是与之合作。但这只是一种简单化的看法。聪明的投资者已经意识到，他们可以采用分叉战略，在选择领域与现有公司竞争，另一方面在他们无力竞争的领域积蓄力量。既有企业正逐渐意识到，与新进者合作可以帮他们对自己的行业获取一个新的角度，更好地了解他们的战略优势，甚至将自己的研究和发展的某些方面具现化。因此，我们正看到越来越多的创新者和既有者之间的合作。ApplePay 并未企图破坏像 Visa 和万事达卡这样的支付网络，而是与他们合作。与此同时，区域银行，如加利福尼亚的联合银行，正在与市场贷款人形成战略合作关系，为他们无法提供贷款的客户转介服务。这有助于他们满足客户的需求，同时避免风险。

显然，事情并不像破坏和颠覆这样简单。虽然未来如何仍有待观察，但我们至少可以说，创新者将迫使既有者改变，这将最终使消费者受益。但这并不一定意味着我们熟知的那些品牌会很快消失，尤其是那些学着与创新者共事的。**科技**

