

INTERNET
.FINANCE.
LOGIC

互联网 金融逻辑

寻找这股互联网金融热潮背后的金融逻辑

何晓宇◎著

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

INTERNET FINANCE LOGIC

互联网 金融逻辑

寻找这股互联网金融热潮背后的金融逻辑

何晓宇◎著

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

互联网金融逻辑/何晓宇著. —北京:
中国铁道出版社, 2016. 4

ISBN 978-7-113-21274-2

I. ①互… II. ①何… III. ①互联网络—应用—
金融—研究 IV. ①F830. 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 317749 号

书 名:互联网金融逻辑
作 者:何晓宇 著

责任编辑:吕 芑 编辑部电话:010—51873156
封面设计:马筱琨
责任校对:王 杰
责任印制:赵星辰

出版发行:中国铁道出版社(100054,北京市西城区右安门西街8号)

网 址:<http://www.tdpress.com>

印 刷:北京明恒达印务有限公司

版 次:2016年4月第1版 2016年4月第1次印刷

开 本:700 mm×1 000 mm 1/16 印张:18 字数:245 千

书 号:ISBN 978-7-113-21274-2

定 价:52.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书,如有印制质量问题,请与本社读者服务部联系调换。电话:(010)51873174

打击盗版举报电话:(010)51873659,传真(010)63549480

序

2013年,余额宝如同原子弹一般引爆中华大地,一时间,整个社会沸沸扬扬,上到学者官员,下到老妇孩童,茶余饭后都在议论这个话题。他们问的最多的一句话便是,互联网金融到底是什么?借着关注的热潮,报刊媒体站在了舆论的最高处,他们不断抛出令人炫目的噱头,颠覆、革命这样蛊惑人心的字眼不断冲击着人们的眼球。一时间,所有不安平凡的心都被点燃了。商人们手握重金,一头扑进互联网金融的大潮,唯恐错失先机;学者们慷慨激昂,著书立说,仿佛自己谈笑间已然指点江山;年轻人手忙脚乱,把仅有的一点积蓄拼拼凑凑,沉醉于令人眼花缭乱的互联网理财市场。每个人都在跃跃欲试,社会上充满了淘金般的热潮。

当此之时,互联网金融俨然成了一个站在门口的野蛮人,他们挥舞着手中的大棒,横冲直撞,让银行家们手足无措。一个崭新时代就要来临!

然而,当我们握住手中的笔,静心梳理这一股浪潮之后,却发现这个风起云涌的时代背后并不是我们期待中的桃源。两年过去了,阿里、腾讯两大巨头以挑战者之姿摇旗呐喊,却始终难以撼动传统金融的根基;红极一时的P2P对传统金融的冲击也只是流于形式,无非是民间小贷借机披上了一件互联网的外套;就连那最具创意的众筹都未能力挽狂澜,新颖的名词难掩其尴尬的定位,乌托邦式的理想最终难免沦为商家营销的工具。那个站在金融门口的野蛮人,真的闯进来了吗?

如今,互联网金融的热潮逐渐褪去,当初那些狂热的人们显得有些垂

头丧气，一场突如其来的变革，在经历了两年轰轰烈烈的发展之后，就这样戛然而止了吗？那些在浪潮中翻滚的英雄，会就此掩埋于滚滚洪流之中吗？

也许是时代太过精彩，让我们忘记了生活本该有的样子。关于互联网金融的兴起与低谷，其实我们没必要那么在意。成与败，功与过，哪会这么容易分辨？改变与突破，又岂会在须臾之间？！

写作至今，我们与所有互联网金融的创业者一起经历了无数的起起伏伏，我们清楚地记得，当首次听到 UBI 的保险模式时我们是那般兴奋，当听闻央视主播指责余额宝是金融寄生虫时我们又是多么地无奈。作为一个亲历者，我们不愿简单地记录那些刚刚过去的传奇故事，更不愿意去做一个捕风捉影的“预言人”，我们真正想要做的，是在这时代的洪流中，保持一丝理性，到互联网金融的传奇故事里去寻找金融逻辑的蛛丝马迹。

互联网金融热的冷思考，是我们的初心，也是我们选择在这样一个时间点出版这本书的原因。本书中涉及的企业、业务评价纯属个人观点。

何晓宇 樊旻昊 胡丹云

2015 年 11 月于北京

序//

01 互联网金融的 前世今生	电子商务孕育互联网金融// 3
	电子商务催生支付革命// 3
	PayPal 黑帮：一群特立独行的 搅局者// 6
	PayPal 与 eBay 的恩怨情仇// 9
	eBay 收购 PayPal 的金融逻辑// 12
	互联网基因与互联网金融的 社交逻辑// 15
	社交网络的启示// 15
	Lending Club：Web2.0 时代的 信用革命// 18
	互联网金融的增量思维// 21

02

中国式互联网金融： 阿里巴巴的启示

“被布局”的金融创新// 26

马云为什么要做金融// 26

支付宝——为淘宝建立而生// 29

阿里小贷——为淘宝健康运转而生// 32

余额宝——为淘宝符合监管而生// 34

“看不见的手”：经济规律与金融创新// 35

创业者的启示// 37

大公司的烦恼// 38

分久必合，合久必分// 41

外资风投与监管的进退抉择// 45

投资人与创业者的利益博弈// 48

契约精神的是非对错// 51

互联网时代的金融机构// 53

完善的金融网络// 54

金融机构的变革方向// 56

03

中美互联网金融的 南橘北枳

中国互联网金融超越美国了吗// 58

互联网对美国金融“静悄悄地革命”// 58

美国互联网金融：百花齐放、

形态各异// 61

互联网金融在中国为什么那么火// 67

激辩余额宝// 71

美版余额宝的悲惨命运// 71

余额宝会重蹈美版“余额宝”覆辙吗// 73

余额宝动了谁的奶酪// 76

那些被中国化了的互联网金融模式// 79

中国特色 P2P:应该去担保吗// 79

“堕落”的众筹// 83

04

创业者的福音

让筹集资金变得简单// 90

为创业公司注入启动资金// 90

让夭折的项目重见天日// 95

从融资中发掘市场// 99

小众产品生存指南// 99

众筹不是团购// 103

众筹的粉丝经济// 105

互联网金融孕育的投资机会// 110

哪里有抱怨,哪里就有机会// 110

如何避免被互联网巨头碾压// 114

05

普通人身边的 互联网金融

令人眼花缭乱的互联网金融理财// 118

全民理财的启蒙// 118

理财之外的收获// 121

京东白条:创新消费金融新模式// 124

互联网金融热的冷思考// 129

P2P 是专门为个人打造的投资
工具吗// 129

警惕会说谎的数字// 131

互联网金融能颠覆传统理财吗// 135

06

传统金融业的 “触网”之旅

互联网时代的保险变革// 140

夹缝中生存的传统保险// 140

场景驱动下的保险营销// 143

娱乐宝:借保险之名行宣传之实// 147

大数据的魅力// 152

互联网保险的回归// 155

中国民间小贷的 P2P 之变// 159

民间小贷的困境// 159

纯粹 P2P 的坚守者——拍拍贷
模式// 161

刀尖上跳舞——宜信模式// 165

中国式 P2P 的未来——有利网模
式+陆金所模式// 169

07

互联网金融与 传统金融的融合

互联网金融会颠覆银行吗// 174

银行真的就是保守低效吗// 174

银行与余额宝的共生关系// 179

互联网金融与银行的客群差异// 182

股权众筹将取代风险投资吗// 186

股权众筹迷梦// 187

重新定位股权众筹// 191

当天使投资遇上股权众筹// 195

08

移动支付之战

移动支付之争：抢红包大战始末// 200

红包大战序幕：微信支付的珍

珠港偷袭// 201

红包大战后遗症：支付宝的

社交迷梦// 205

支付宝的反击：红包大战里的

“黑科技”// 209

移动支付场景之战// 213

打车补贴大战// 214

滴滴快的合并的意料之外与情理

之中// 216

外卖争夺战// 220

支付补贴大战终将成为历史// 224

09

风口下的互联网金融

互联网+// 228

国家 O2O 战略// 229

迷失的农村电商// 231

“橙王”褚时健的启示// 235

普惠金融// 240

普惠金融不是穷人金融// 241

联想的农村互联网金融生态// 246

如何敲开农村互联网金融这扇门// 249

10

政府这只“看得见的手”该何去何从

监管疑云// 256

该不该对互联网金融进行监管// 256

监管的艺术// 260

征信：互联网金融的基石// 264

中国互联网金融必须越过征信

这道坎// 264

美国信用体系是如何建立起来的// 267

用市场化手段整合信息孤岛// 272

01

互联网金融的 前世今生

1776年，瓦特改良的第一台实用蒸汽机在英国点火，开启了人类生活的一个新时代。从此，工业将人们从山间田野中汇聚在一起，形成繁华昌盛的大都市。金融，这个伴随着工业社会而来的行业发展迅速，无论是在大城市还是在小县城，银行林立，交易盛行。它渗透到我们生活的方方面面。

200年后，同样是在英国，伯纳斯·李创造的万维网，将全人类连接起来，彻底摧毁了人类文明之间地域和时间的屏障。原有的时间、空间概念被颠覆，人们可以在任何时间任何地点与任何人交流，互联网时代来临。金融，这个工业社会的骄子，面对互联网，幻化出各种美丽的外衣。

如今，那个疯狂的2013年已经离我们远去，时间并不会停下来，媒体上依旧热闹。在这些喧嚣中，我们听到了很多争论，看过了很多传奇，却依然看不懂互联网金融这个神秘的“化合物”。这个神秘的名词包含的内容实在太多，它既代表了变革和希望，又充斥着虚妄和贪婪，它无所不包，无所不能，又神秘莫测，让人捉摸不透。在众说纷纭的热闹过后，我们经常问自己：

互联网金融，是什么？

听起来，这是一个简单的问题，只要想说，我们脑袋里总会蹦出一堆辞藻，第三方支付、P2P、众筹、移动支付等等。甚至觉得只要一聊起来自己一定会才思泉涌，心中有上百个故事和产品可以脱口而出：余额宝、抢红包大战、虚拟信用卡……可真正要说出口时，又不禁一阵落寞，竟然不知道从何说起，这些概念、这些故事，无非又是一堆枯燥干瘪的名词，它们在这个世界显得如此杂乱。

互联网金融，究竟是什么？

要想三言两语讲清楚这个庞杂的概念并不容易，我们不妨从其产生的历史故事着手，一点点理清互联网金融发展的脉络。

电子商务孕育互联网金融

电子商务催生支付革命

从古至今，只要有交换就有支付，从最早的贝壳、金银到今天的纸币、信用卡，不管介质怎么变，我们都是面对面交易，一手交钱一手交货，钱货两讫，童叟无欺。

可到了互联网时代，这一套运行了几千年的制度就行不通了。电子商务的交易双方往往相距几千公里，无法实现一手交钱一手交货。如果买家先付钱，卖家就有可能收了钱不发货；如果卖家先发货，那么买家也会拿了货不付款，交易根本无法进行下去。

互联网时代的电子商务是不是就行不通呢？

在今天，习惯了网上购物的我们当然不觉得电子商务会有什么问题，敲一敲键盘，过几个小时快递小哥就会把商品送到您的门口，一切显得那么便捷、自然。可在 20 年前，当遭遇这个问题的时候，我们很可能会有所犹豫，甚至大部分人都都会否定电子商务的可行性。毕竟，对于这种看不见摸不着的交易，买卖双方难以取得彼此的信任，这种不信任又集中表现在交易的支付环节。既然抑制电子商务发展的问题产生于金融，必然也就需要通过金融的革新来解决。在这样的需求压力下，互联网金融的第一弹——第三方支付，正式进入人们的视野。

可能因为太过于熟悉，我们在说起互联网金融的时候，往往忽略了第三方支付。其实，它才是互联网金融最早的模式。在中国，淘宝购物家喻户晓，2013 年，随着余额宝在媒体上的高频曝光，阿里巴巴的支付宝更是名声大噪，甚至一度成了第三方支付的代名词。“淘宝+支付宝”的组合俨然成了网购的标配。不过，鲜为人知的是，淘宝购物、支付宝结算的这种网购模式其实并非阿里巴巴首创，它也是一种“舶来品”。

在中国，人们往往只知道腾讯、百度的发家史，却很少有人知道其实阿里巴巴最初也是靠借鉴成功品牌的经验而加以传承并发展壮大。阿里巴巴旗下知名的淘宝网模仿的是美国的网上拍卖平台，支付宝也是模

仿了 eBay 的子公司。互联网领域的三巨头尚且如此，其他公司自不用说了。

我们并不是说模仿不好，在那样一个时代，模仿让我们的互联网产业少走了很多弯路，迅速繁荣。但在这里，我们并不想以这些大家熟悉的例子来探寻互联网的起源，模仿虽然有味道，却总不如原创来的那么纯粹。为了了解这第三方支付是怎么产生的，我们还得回到 20 年前，看看 eBay 和 PayPal 是怎么解决网购这一难题的。

和中国的淘宝一样，如今的 eBay 牢牢占据着美国的 C2C（消费者对消费者）交易市场的霸主地位。可是在成立之初，这家巨无霸却并没有什么显赫的背景，只是一个由极客^①创办的小网站。公司的创始人皮埃尔·奥米迪亚（Pierre Omidyar）才华横溢，在创办 eBay 之前，他曾为苹果等几家硅谷最具创造力的公司工作，之后还凭一己之力编写了 eBay 网的源程序，可以说是难得的电脑天才。

然而，并不是每一个极客都拥有乔布斯那样高超的审美。eBay 最初的网页不仅不美观，甚至让人看得啼笑皆非。打开网站，首先映入眼帘的竟然是皮埃尔女朋友的个人主页！它用整整一个版块来介绍旧金山的塔夫茨大学的校友情况。网站的第二部分密密麻麻全是文字，仔细一看，竟然全是有关埃博拉病毒研究的文献。皮埃尔当时对这种引起全世界恐慌的病毒非常着迷，将这些文献当作珍宝般收藏、分享。跳过了这两个诡异的部分，我们终于进入到皮埃尔的在线拍卖网页。网页的背景以黑、灰、白为主色调，间或还点缀着一抹紫色，简直是技术宅男的标准风格，极度缺乏审美。

你可能会问，皮埃尔这是干什么呢？对构建电子商务帝国这么一个宏大的愿景，他怎么显得如此儿戏？

事实上，这位极客还真没想过要构建什么电子商务帝国，他搭建这个网络交易平台也是为了他的女朋友（现任妻子）潘·卫斯理。据说，

^① 极客是美国俚语“geek”的音译。随着互联网文化的兴起，这个词含有智力超群和努力的语意，又被用于形容对计算机和网络技术有狂热兴趣并投入大量时间钻研的人。

当时他和潘驾车横穿法国，其间路过一家乡下的小型商店，潘在那里发现了很多可供收藏的法国薄荷糖果盒。潘非常兴奋，像着了魔一般将这些糖果盒悉数买下。但在他们离开商店并继续赶路后，潘才意识到还有一只没有买来，郁闷与遗憾之情可想而知，他们只得原路折返。

这偶然的小插曲让皮埃尔一下子看到了网上拍卖对收藏家和业余爱好者独特的魅力。他想，既然这些人对某类物品情有独钟，那如果我建立一个网上拍卖平台，搞一些藏品的拍卖活动，一定能吸引他们的关注。通过这种拍卖活动，还能激励他们在网站里寻找志趣相投的知音，口耳相传，网站的点击量一定会很大，甚至能发展成为一个收藏家和业余收藏爱好者的社区。于是，eBay 诞生了。如果皮埃尔没那么爱他女朋友，只是抱怨女朋友的古怪爱好害他们走了冤枉路，我们今天的电商格局又是怎样的呢？有时候，爱情和事业并不矛盾。

一系列偶然之下，皮埃尔发现了电子商务这个商机。但技术宅男的审美实在不敢恭维，成立之初的 eBay 是一个十分丑陋的网站，并没有多少吸引力。eBay 真正开始起航成长为一个电子商务巨头，还是在其传奇女掌门人梅格·惠特曼(Meg Whitman)掌舵之后。这位毕业于哈佛商学院的职业经理人行事果断，眼光敏锐，清晰地看到了 eBay 的真正价值。她一入职就大刀阔斧地对网站进行了改革。撤掉了潘的个人主页和有关埃博拉病毒的资料，并重新设计了整个版面，让网站看起来清晰、明了。更重要的是，她的团队还在 eBay 上增加了一个叫做“eBay Cafe”的社交论坛，让用户对 eBay 上的产品进行讨论，大到商家的信誉、质量，小到产品的做工细节，都能成为人们讨论的话题。也许 eBay 团队也想不到，这个简单的互动设计将会深远地改变整个互联网金融领域，最终发展成为大众点评式的信用评价体系。在这样的评价体系内，信息的披露主要是依据用户的点评，而不是专家的报告，这种即时、互动、碎片化的数据更加人性，也更加接近真实。

在解决了网站的“面子”问题后，eBay 的用户量和知名度急剧上升，在创建的头两年，其收入以每月 70% 的速度增长，而成本又极其低廉，利润竟然能高达收入的 85%。哲学中常说，量变引起质变，还真是

不假。随着公司规模的不不断壮大，各种原来被忽略的问题也逐渐暴露出来，其中最严重也最致命的问题就是我们开篇说到的支付问题。即使在美国这样一个金融极其发达的国家，互联网付款也遇到了前所未有的挑战。当某一物品拍卖结束后，买方必须先给卖方汇款或寄支票，为此他们不得不到银行去提取现金进行汇款或者开支票邮寄给卖方；而卖方呢，只有收到货款之后才会发货。这样的购买体验相当糟糕，很多人因为这个繁琐的支付方式而不得不放弃自己心爱的商品。

惠特曼的团队也意识到了这个问题的严重性，作为将用户体验奉为核心的互联网行业，这样漫长而繁琐的交易过程将严重阻碍公司继续前进。为了公司的长远发展，必须建立一套更加高效的支付系统解决这个问题。怎么办呢？当时可没有网银或者支付宝，在那样的金融环境下，惠特曼团队所能想到的最好解决办法就是信用卡。

可要知道，当时的信用卡业务也没有今天那么发达，在当时金融框架下，他们不得不进行一系列复杂的金融安排。首先，他们收购了一家名叫 Billpoint 的信用卡处理公司，并将其支付系统整合到 eBay 拍卖网上。之后，他们又与富国银行达成合资经营协议，完善这个系统。当时的富国银行的影响力也还没有现在这么大，属于一家创新型银行，从事后勤资金转汇业务。在制作这套系统的时候，惠特曼表现得十分谨慎，她竭力避免将金融服务置于其他业务之上，慎重地应对安全和欺诈问题。尽管这么一套依托于传统金融机构的设计十分复杂，成本不菲，但确实有效地解决了 eBay 交易平台上的基本需求。惠特曼的团队终于松了一口气。

PayPal 黑帮：一群特立独行的搅局者

既生瑜，何生亮。就在 eBay 为它的支付系统津津乐道时，彼得·泰尔 (Peter Thiel) 和马克斯·拉夫琴 (Max Levchin) 的 PayPal 公司成立了。这是一家改变了整个互联网金融生态的伟大公司。

说它伟大，不仅仅是因为这家公司开创了第三方支付的模式，重新定义网络支付，而更多是因为它培养了一大批互联网精英，堪称 21 世