

冷建飞 著

# 金融暴风眼

股权投资、房地产融资、政府平台融资、互联网金融、产融互动  
股权投资、房地产融资、政府平台融资、互联网金融、产融互动

复旦大学出版社

# 金融暴风眼

冷建飞 著



復旦大學出版社

图书在版编目(CIP)数据

金融暴风眼/冷建飞著. —上海:复旦大学出版社,2017.3  
ISBN 978-7-309-12834-5

I. 金… II. 冷… III. 金融-研究-中国-现代 IV. F832.97

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 032611 号

金融暴风眼  
冷建飞 著  
责任编辑/陆俊杰

复旦大学出版社有限公司出版发行  
上海市国权路 579 号 邮编:200433  
网址:fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>  
门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853  
外埠邮购:86-21-65109143  
江苏凤凰数码印务有限公司

开本 787×960 1/16 印张 19 字数 133 千  
2017 年 3 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-12834-5/F·2353  
定价:39.00 元

---

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。  
版权所有 侵权必究

## 序

2015 年至今,金融市场出现了很多热词:众筹、新三板、创业、区块链、特色小镇等;一些传统领域的投资也出现了很多热点事件:房地产大涨、影视投资大热。它们像一股股风暴,不断地冲击着我们的眼球。《金融暴风眼》让我们通过一个年轻金融人对这一系列热点事件的观察、思考和感想,再次回顾这些往事,并促使我们更加深入地思考每个事件背后的金融逻辑和经济规律。

《金融暴风眼》收集了 48 篇作者的随笔，真实地记录了一个年轻的金融爱好者和创业者在一线市场拼搏时的心情和感受。变幻莫测的金融市场充满了机遇和风险。每次风暴过后，市场留下了一片断瓦残垣，参与、躲避、潜逃、修复和重生是每个金融从业者反复经历的生活。正是这样的生活锤炼了作者在金融界打拼的能力，为他提供了创作的源泉，让我们有机会通过本书从一个平凡人的视角再一次体会金融市场的独特魅力。

建飞在复旦跟我做博士后期间，一直非常勤奋刻苦，常常就一些金融热点问题与我进行长时间的讨论，甚至争论。他总会有一些独特的视角，也总想找到可用于实践的金融规律。知行合一是他一直追求的境界，融合金融学术与实践是他努力的目标。他一直坚持奋战在金融的一线市场，同时又笔耕不辍，用做学术的思维观察金融事件，《金融暴风眼》就是他长期观察后的思想积淀。我相信这只是个开始，未来他还会持续不断地有新的作品出现。我喜欢他的随笔，并从中获益。我也期待他的新作品，期待分享他所观察到的金融世界。我希望他可以在金融的学术与实践路上游

刃有余,祝福他越写越好,也祝愿他可以在金融市场取得成功。

序

复旦大学管理学院财务金融系系主任

孙谦 教授

2016年12月12日于复旦思源楼



## 自序

我是从市场一线杀出来的实干者。大学毕业后，从最基层的销售代表开始，做了五年的营销工作，又返回大学攻读了硕博学位，再切入管理咨询的市场。2010年去美国短暂的访问交流回国后，我全身心投入金融市场。由于以前在企业的经历，我选择了远离二级市场，专攻一级市场，从股权投资到房地产融资，到政府平台融资，再到互联网金融和产融互动，一路走来，亲身感受到了金融的魅力。



2015年的春节,阿里和腾讯的红包大战让我有了写热点事件评论的冲动,以此开始,我把自己对经济热点事件的看法和在金融工作中的每一次深切体会敲成文字,每一篇文章都是我自己的所思所想。由于知识水平所限,有些文章的深度还有待挖掘,有些文章的角度还有待拓展,但经过两年的积累,我发现自己在对热点事件的评论上确实有了很大进步,自己的工作水平有了显著提高,所以决定把写的内容出版成书,希望与更多朋友分享我的思考,同时也激励自己更加努力提高自己,未来可以睁大双眼看清每一次的金融风暴。

冷建飞

# 目 录

- 1 阿里——你的路走到了尽头？
- 7 众筹：做平台还是做项目？
- 13 新三板股权众筹为什么这么火？
- 19 互联网+金融+房产=房产众筹吗？
- 25 对话众筹
- 31 众筹+财富管理：会产生化学反应吗？
- 37 用户是众筹平台的致命死穴
- 43 众筹与新媒体：是像『晨冰』一样的完美伴侣？
- 49 洞察人心，成就商业辉煌
- 55 众筹：汇溪成河，直入江海？
- 61 众筹崛起，广告沉沦
- 67 如何做好众筹的『断舍离』？
- 73 从涂小平代言广告看金融的变革与发展
- 79 互联网金融创业：高强、精

85	89	95	101	107	113	119	125	131	137	143	149
坐地铁的OHO是快乐的	『互联网金融+』时代来临	企业家：心有多大，舞台就有多大	股权众筹：好男人VS坏男人	众筹：女神只能嫁给大叔吗？	马云：你是第二个韦尔奇吗？	警惕：顶着『众筹』旗号的P2P	房产众筹如何走得更远？	如何做好创业OHO的工作？	股权众筹：是交易所还是券商？	房地产：在杂草上修建高楼 在高楼中寻觅草坪	新三板股权众筹的困惑与未来

215

滴滴：真的干不过Uber

209

重识互联网：让信息更加不对称

203

趣快谷：用区块链打造旅游景区运营新模式

197

新三板市值管理：真的假的？

191

区块链：让货币重回一般等价物时代

185

孤独：北京遇上西雅图

179

银行：能否早日踏上转型之路？

173

你还听说有集体企业吗？

167

区块链改变世界的攻坚点在哪里？

161

互联网金融还可以走多远？

155

佛与魔是互联网金融企业家心里的两个劫

287

分配：经济改革绕不开的核心问题

279

业务拓展四步法

273

政府主导型特色小镇 <u>公司主导型特色小镇

265

变迁：产业园——经济开发区——特色小镇

257

从 IFC 乐园印象看旅游地产的运营

251

万亿房企怎么做？

245

读《你不可以生气》有感

239

时间：永远的稀缺资源

233

区块链：可以是一种新的思想

227

滴滴：离伟大的公司越来越远

221

千亿房企的秘密：理念+文化+人才

# 阿里——你的路 走到了尽头

腾讯与阿里春节的红包大战,以腾讯的压倒性胜利结束,阿里在此次战役中表现出的创新能力让人担心它的未来。在新的互联网时代,去中心化的思潮崛起,而支付宝只是革了银行,新造了一个中心,所以阿里未来的路将面临极大的考验。

2015年的春节,民众已经忘记了曾经称为“国民年夜饭”的央视春晚,人们正在准备参与一场全民式的狂欢——微信和支付宝之间的红包大战。最终双方第一时间公布了相关数据,支付宝红包吸引了近7亿人次参与,红包总数达到2.4亿个,总金额40亿元,考虑到支付宝钱包的活跃用户为1.9亿左右,每人近3.5次的参与量还是很不错的,但相比微信的数据真的差了很远。微信的数据称:除夕当日微信红包收发总量达

10.1 亿次；春晚全程(2月18日20:00—19日00:48)，微信春晚摇一摇互动次数达110亿次；春晚微信祝福在185个国家之间传递了约3万亿公里，相当于在地球与月球之间往返370万次；2月18日22:34春晚摇一摇互动出现峰值，达8.1亿次/分钟。

刚刚过去的春节，微信红包成为真正的弄潮儿，人们在分享红包喜悦刺激的同时，忽然发现冷淡了很久的好朋友——支付宝。

微信和支付宝是腾讯和阿里新的核武器，是这两个产品的极速增长改变了曾经BAT(百度、阿里、腾讯)三足鼎立的格局，双方也都在思考这双雄争辉的场面，何时能唯我独尊？市场各路高手也纷纷押注，各抒己见。

我曾经咨询过一些技术大咖，他们绝大多数投宝阿里，认为得数据者得天下，阿里的技术导向是在互联网领域决胜千里的法宝。

得数据者定能得天下吗？现在圈里活动必谈“大数据”，好像大数据一定是未来的救世主。事实上大数据这个概念并不是突然从天上掉下来的，十多年前有



个很红的概念“数据挖掘”，挖出了超市婴儿尿布与啤酒的故事，注解了沃尔玛的成功，但数据挖掘不能改变沃尔玛业务下滑的事实。数据是历史行为习惯的记录，研究模型的假定之一是相信历史一定会重演，但我们现在生活的世界和十年前真的一样吗？时代需要革命性的产品，伟大的产品和商业一定是对生活的重塑，这种重塑来源于历史，但一定是超越了历史。

技术导向是互联网成功的全部吗？在BAT三家公司中，技术最好、最复杂的百度已经成为第一梯队的末位者，一个并没有多少技术含量的微信红包在市场掀起了一阵旋风。在现象的背后，商业的本源在哪里？让我们回归市场的主体，重新关注用户、思考用户、服务用户吧，微信红包是用户在春节无聊时一种新的体验场景。“场景经济”让用户再次成为主角，技术导向还是乖乖地为用户服务吧。

场景经济中的用户服务核心在于去中心化，市场将产生N个不同场景。微信红包的场景是春节，春节过后，红包的热度一定会冷却下去，市场在等待另一个场景。场景的天敌是中心化，中心化凝固了创新的思维与动力。阿里现在就是一个电子商务的中心，而且