

互联网平台金融蜕变

# “去金融化”三年：互联网平台“科技硬核”增色几何

■本报记者 贾丽 见习记者 郭冀川

从2018年开始，在金融强监管下，互联网企业掀起了“去金融化”的浪潮，并向科技公司转型。

京东金融、度小满、小米支付、蚂蚁金服等知名互联网金融平台，开始了去“金融”转型“科技”的行动。实际上不仅是互联网金融平台，网易、滴滴、美团等新兴的中国互联网巨头，弱金融、强技术趋势也越发明显。

“金融和科技是一体两面，应该看到的是，金融和科技双向融合正在形成世界性潮流。”中央财经大学金融法研究所所长黄震向《证券日报》记者表示，不管是否拥有牌照，互联网企业都不会放弃金融业务，而是会进行业务整合，寻找合适的发展方向切入金融领域。

## “去金融化”的被动与主动

互联网企业做金融最典型的案例就是各类网贷平台的出现，但P2P业务管理混乱的平台陆续倒闭，跑路的消息陆续发生，互联网金融行业强监管政策随即出台，互联网金融发展的新方向也被提上台前，此后普惠金融、金融科技、共享金融、数字金融等金融新概念出现。

清华大学互联网产业研究院副院长刘大成告诉《证券日报》记者，现在互联网金融和P2P已经被严格区分，从政策上限制加杠杆的行为，使P2P平台失去了生存的土壤。“由于互联网企业在做金融的过程中存在加杠杆和数据安全问题，使得这类企业在监管趋严下不得不转型”。

如京东金融宣布向数字科技战略转型，不再持有金融产品，将其转让给专业的金融机构去做，自己则提供科技方面的输出，在数据和技术上加大投入；百度金融进行了分拆，不再注重控股与金融牌照，转向金融科技；蚂蚁金服则更名为蚂蚁科技集团（下称蚂蚁集团）；网易理财下线了所有产品；滴滴金融昙花一现……

华为云MVP马超对《证券日报》表示：“互联网和金融本身是‘好搭档’，但近年来出现了互联网金融资本化以及无序扩张的现象。由于资本的天生逐利性与短视性，往往急功近利，并将不合规的做法美其名曰为不断试错。重拳制止，大幅提升互联网金融企业的违规成本在一定程度上会遏制资本无序扩张的脚步”。

“去金融化”的影响一直在持续推进中。黄震表示，互联网平台不会完全放弃金融业务，而是在运作上提升精细化服务水平，以科技赋能金融。刘大成也表示，随着数字化业务在金融领域展开，拥有更强数据分析能力的互联网企业，可以在供应链金融、消费金融等领域，提供给金融机构更加有价值的分析和运营管理策略。

物联网、区块链、5G等新技术与金融产品不断碰撞，金融领域的科技应用产品陆续涌现，使“金融+科技”作用于更多企业，互联网企业也开始纷纷从“去金融化”向强综合化、科技化转型。

在互联网金融大规模兴起和发展之时，除了原有传统、专业的互联网金融企业，众多互联网巨头也在短时间内迅速扩张到金融板块，小米、美团、京东等虽然构建了自己的金融版图和生态，但在去金融化过程中，也抽离得最为迅速、转型更为彻底。

中国本土企业软实力研究中心研究员周锡冰接受《证券日报》记者采访时表示：“互联网巨头的‘去金融化’，已经成其业务转型的重点战略，甚至到今天，很多板块的转型还在持续中。原本企业将这些板块分拆单独上市的目标，需要在更为严格的市场环境中，以更多元的业务



进行支撑。”

## 从互抢生意到合作共赢

“加强科技元素是金融行业大势所趋，也是世界性潮流，而凸显科技才是互联网企业的生存之道。”黄震表示，金融监管部门已经明确提出，所有的金融业务都要纳入监管，所有的金融机构都要实施牌照管理，互联网企业为了达到合规要求，一方面努力获得金融牌照；另一方面以科技创新金融服务。

传统金融机构虽然也在积极进行科技创新，但总体效果要落后于互联网企业，不仅是因为两者的用户群基础不同，更源于在科技的运用上，双方存在理念与技术沉淀差异。长江商学院会计与金融学教授、副院长刘劲对《证券日报》记者表示，正是这样的差异化，使互联网企业有了与传统金融机构合作的可能。

刘劲说：“去金融化要求互联网平台自己不要碰钱，因为一旦其发生系统性风险，将会给整个金融体系和实体经济带来巨大冲击。互联网平台通过大数据分析用户需求与消费习惯，为金融机构提供数据服务和策略，赚取技术服务费和产品中介费，虽然比亲自做金融产品收入低，但更能体现其价值与意义，也更符合互联网平台的科技定位。”

中国国际贸易交流中心经济研究部副部长刘向东进一步对记者表示，互联网企业逐渐理解政策的边界，因此尽可能减少进入银行、保险等传统金融行业领域，特别是提供集信贷服务，这些都可能踩红线，容易陷入非法发展的在线教育平台，却因迷失自我而遭到整顿。

做教育和做金融的互联网企业，他们的核心竞争力是自身的互联网科技实力吗？显然不是，把原本银行不敢发行的金融产品放到网上售卖，抢夺教师资源通过网课形式，迫使三、四线城市家长开始与一、二线城市家长比拼“鸡娃”，互联网企业只是建立了一个网络载体，甚至连商业模式都

是照搬线下。

在这个过程中，互联网企业的精力放在如何扩大产品影响力和圈来更多用户，进而借此继续融资扩张，如果项目失败了，或卷钱跑路，或换个公司名字从头再来，这在P2P和在线教育领域已经屡见不鲜了。

政策的出发点都是好的，但一些互联网平台却致力于找政策漏洞，打着互联网的名义，将手伸向了不该伸向的地方。互联网平台要做的是，发挥自己的技术优势，借助大数据、人工智能、区块链、云计算等数字科技，为金融机构服务提升其风险识别、管控能力，为消费者提供场景式金融服务。这一方面有

服务的能力，除了金融机构积极拥抱数字化之外，还需要将互联网、云计算等数字化平台与金融机构进行有机的结合，形成业态互补的局面。”

## 不舍金融利益的隐忧

蚂蚁集团上市的消息一度不绝于耳，却被紧急叫停；去年递交科创板IPO招股书冲刺上市的京东科技也面临相同的命运。现如今，美团金融逐渐收缩，滴滴金融也陷入困局。知名互联网企业旗下的金融板块，大多走入了“雷声大、雨点小”的怪圈。

刘劲表示，互联网企业的金融业务从风生水起到日渐沉寂，说明很多互联网企业本身缺乏将金融与科技融合的实力，尤其是缺乏科技加持，一旦金融监管收紧，他们失去了套利空间后，自身便陷入了转型的困局。

千门资产投资总监宣继游接受《证券日报》记者采访时表示，目前众多互联网企业做支付、贷款、理财、保险等产品代理业务，需要牌照并且受相关监管部门管辖，存在很大的不稳定性。从以往互联网企业的金融业务运营模式看，对金融平台盈利依赖程度高，技术创新实力一般的公司是去金融化过程中受到影响最大的。

光大银行金融市场部分析师周茂华对《证券日报》记者表示，即便互联网平台与金融机构合作确实从风控、获客、服务效率上提升金融服务实体经济效率，但同时也带来了诸如金融产品不规范、消费者保护不到位、部分中小银行过度依赖互联网存款、存在流动性风险等问题，因此互联网企业的金融科技之路依然艰难。

## 科技公司或会获得高估值

从资本视角来看，金融行业自身

负债表比别的行业更能反映经营情况，所以市场对金融企业的估值，普遍采用以净资产作为出发基准的市净率估值法，其估值普遍较低，而科技企业的估值要高很多，因此互联网企业彰显“科技”属性也会获得高估值。

黄震分析指出，估值高低对于互联网企业来说十分重要，会影响其融资和发展，如果作为金融企业估值就会偏低，如果是科技企业估值就会高很多。因此即便没有政策的“去金融化”，互联网企业面向资本市场，也会选择估值高的科技属性。

北京师范大学金融研究中心主任钟伟向《证券日报》记者介绍，美国也有较为发达的互联网金融产业，但美国的互联网金融企业很少会直接涉及金融业务，因为美国资本认为科技和金融之间科技的价值更高，如果科技企业去做金融业务则被视为跨界，所以这类企业即便有能力，也不愿意深度涉足金融业务。

“中国的互联网金融在过去和传统的金融机构之间存在着监管的落差，才导致很多互联网企业热衷拓展金融业务。”钟伟表示，随着金融强监管使套利空间消失，一些互联网平台缺乏技术含量的问题也就显露出来，接下来他们的转型只有两个路径，一个是持牌经营，成为真正的金融机构；另一个是重塑新技术，创新服务和提升服务效率。

互联网企业寻求上市过程中，自身定位是金融还是科技企业，最为关键的问题就是“数据资产”监管要求问题。中国人民大学重阳金融研究院宏观研究部主任刘玉书对《证券日报》记者表示：“金融数据涉及国家核心利益，如果是寻求海外上市，要面临诸多风险评估，如果是国内上市，定位金融公司和科技公司其数据资产的估值也有较大差异，其中定位为科技公司会有更灵活性，企业的自主性会更强。”

## 互联网企业能否重新站上风口

助于金融机构获客；另一方面有助于金融普惠和提升服务实体经济的能力。

同理，互联网平台以技术为核心，为教育机构搭建网上教育学习平台，为学校提供在线学习、同步课堂互动直播服务以及完备的平台、技术、设备支撑，服务区域甚至能覆盖到偏远山区和教育资源匮乏地区。这样的平台不仅适应当下教育产业的变革，更是未来教育创新的趋势。

互联网平台的“灵魂”是创新，现在，互联网平台已走在纠错的路上，市场的多元化需求需要创新来满足。抓住市场需求的痛点，互联网平台就能重新站上风口。

## 中国电信上半年净利同比增27.2% 5G应用场景需求呈爆发式增长

■本报记者 李乔宇 见习记者 贺玉娟

8月10日晚间，中国电信发布A股IPO募集中签结果公告，公告显示，中签号码共有536万个，每个中签号码只能认购1000股中国电信A股股票。若超额配售选择权全额行使，中国电信首发募资总额将有541.59亿元。

中国电信在港交所披露上半年业绩公告，2021年上半年中国电信实现营业收入2192亿元，同比增长13.1%，实现净利润177亿元，同比增长27.2%。

截至今年上半年末，中国电信移动用户达3.62亿户，移动用户ARPU（每用户平均收入）止跌回升，5G套餐用户达1.31亿户，渗透率高达36.2%，领先行业平均水平。

“运营商在提速降费、用户增速放缓以及被互联网厂商OTT等多重压力下，逐步进入到运营商业绩失落的10年（2009年-2019年）。随着政府工作报告对于提速降费压力的放缓，运营商的5G套餐资费显著提升。”东吴证券披露研报分析认为，随着内部高效运营以及共建共享的持续推进，中国电信的盈利能力有望进一步提升。

## 5G用户1.31亿户

上半年，中国电信移动通信服务收入达到933亿元，同比增长6.9%；移动用户达到3.62亿户，净增1147万户；5G套餐用户达到1.31亿户，渗透率高达36.2%。5G特色应用用户快速增长，用户升级5G保持良好价值增长，移动用户ARPU止跌并持续回升，达45.7元，同比增长2.9%，增幅较一季度进一步提升。

“单客收益回升，说明中国电信的5G推进卓有成效，当前5G用户的费用要高于4G用户，这也成为电信运营商提高单客收益的重要手段。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林对《证券日报》记者表示。

盘和林告诉记者，当前，各大运营商之间的竞争多为存量博弈，所以，提升自身用户的单客收益成为运营商主要拓展方向，而5G套餐是当前运营商最好的提升单客收益的方式。

## 宠物家直营门店突破100家 医疗或成萌宠经济新商机

■本报记者 董祺君

中国作为全球最具吸引力的宠物市场之一，已进入高速发展期，并成为资本市场争抢的对象。

8月8日，宠物家CEO李强发布全员内部信称，宠物家直营门店达到100家。此前，宠物家已完成三轮融资。截至2021年7月底，宠物家累计为100余宠物品种提供洗澡美容服务120万次。

艾瑞咨询发布的《2021年中国宠物消费趋势白皮书》显示，2020年中国宠物行业市场规模接近3000亿元，预计2023年将达到4456亿元。

“中国目前的宠物市场仍处于上升阶段，市场空间很大。”李强对《证券日报》记者表示，中国的宠物行业经历了20世纪80年代的禁养、限养，90年代的启蒙发展，2010年后进入快速发展期。近5年来市场规模更是增长了3倍。

李强对《证券日报》记者表示，宠物经济就是情感经济。“随着人文素养不断提升，多数宠物主会把宠物当成家人、伙伴，宠物的家庭属性大大提高。这两种变化共同驱动了宠物消费的升级。”

贝恩预计，2025年中国宠物食品的市场规模将较2020年增加两倍，有望达到1500亿元。在李强看来，宠物经济的产业链大致可分为食品用品、服务、医疗三个部分，其中食品用品是宠物经济最活跃、最刚需的部分；医疗的特点是必需、低频；服务以洗美（洗澡美容）为主，属于产业链中较高频、最能黏住用户的部分。

《证券日报》记者梳理发现，今年上半年，宠物领域的22起融资中，宠物食品获投7起，成为最受资本青睐的细分赛道。艾瑞咨询7月份发布的《2021年中国宠物消费趋势研究报告》指出，随着精细化养宠趋势的深入，宠物消费类日渐丰富，“健康”排在宠物主心中第一位。

《2020年中国宠物消费市场报告》显示，2020年中国人均单只宠物的年消费金额为6653元，相比2019年的5561元，增长19.6%。

李强表示，宠物家会在未来两年内继续提速直营门店扩张，打造中国领先的互联网+宠物服务平台。

近年来，中国宠物老龄化趋势日趋显著，医疗需求也逐渐增加。据贝恩预计，2020年-2025年间，老

“上半年，5G应用场景较2020年底增长近一倍，市场需求呈现爆发式增长。”中国电信在财报中进一步指出，今年上半年，5G政企领域应用逐步步入收获期，5G应用价值初步显现。中国电信固网及智慧家庭服务收入达到574亿元，同比增长5.2%，有线宽带用户达到1.64亿户，宽带接入收入达到381亿元，同比增长7.9%，智慧家庭收入为72亿元，同比增长32.9%，智慧家庭价值贡献显著提升。

## 产业数字化收入501亿元

2021年上半年中国电信实现产业数字化加速增长，收入为501亿元，同比增长16.8%。据中国电信相关负责人告诉《证券日报》记者：“中国电信积极拥抱数字化转型机遇，以创新、融合、安全构建了差异化综合智能服务优势。”

中国电信产业数字化收入的占比有望进一步提升。据此前中国电信披露的招股说明书显示，未来三年，中国电信的科技创新能力和人才创新活力将明显增强，产业数字化拓展能力显著提升，业务结构进一步优化，产业数字化收入占比逐年提升。

为了实现这个三年目标，中国电信已经有所行动。半年报显示，中国电信现已组成中国电信科学家、首席专家、高级专家等在内的超过一万人高层次人才队伍，拥有数万名产业数字化销售服务专家和新技术与融合型人才，实施国有科技型企业股权和分红激励子公司达到6家。

盘和林表示，产业数字化价值必然高于传统业务价值，未来产业数字化的拓展是电信运营商拓展的重头戏。长期来看，产业数字化之后，形成更多终端接入互联网，产生收入是电信运营商的目标。

半年报业绩公告显示，未来中国电信将以A股上市为契机，进一步全方位推进“云改数转”战略，强化科技创新核心能力，加快推进云网融合、构建数字化平台枢纽，加大实施市场化约束激励机制，进一步整合云网、边缘、用户、人才等资源，构建生态合作。

年年龄组的宠物（狗>8岁，猫>10岁）的复合增长率约13%。未来五年，其他宠物健康相关产品类也将步入高速增长期，年均增速或达到25%。

百联咨询创始人庄帅表示，随着消费升级的不断加深，宠物行业涌现出如营养、医疗、寄养等细分行业，并形成相对成熟的产业链，这样的繁荣和竞争也使宠物消费市场持续高速增长。

《2020宠物行业白皮书》数据显示，2020年全国城镇宠物犬猫数量达到10084万只。同时，也产生了对宠物医疗的需求。

记者在大众点评搜索“宠物医院”，发现仅北京的数量便超过400家。

数据显示，我国目前有超2.4万家宠物医疗相关企业。其中，近70%的企业注册资本在100万元以下。从整体发展趋势来看，近十年，宠物医疗行业相关企业数量持续增长，仅2020年新增企业数量就有5400余家。

然而，宠物看病贵、医护服务不专业等问题似乎一直无解，这导致很多养宠人被迫退，给养宠人带来困扰。国联证券研究报告显示，给宠物看一次病的平均花费在500元左右，诊断和检查要花费100元以上，手术更贵，花费在500元以上。

李强表示，宠物消费中基础服务是洗美，增值服务是医疗。正是看到了用户的需求，基于此，宠物家宣布正式进军宠物医疗赛道。

“我们做的医院是非营利性的宠物医院。”李强表示，“我们会把大部分利润投入到宠物医疗服务技术的创新、从业人员的技术提升和宠物救助等三个方面，从而提高宠物福利，改善用户体验。”李强表示，提高宠物医疗行业的社会地位，将在北京筹备第一家面积在800平方米以上的专科医院。

《中国萌宠经济崛起的品牌新商机》指出，2019年，中国每万只宠物匹配的兽医数量为4名，在美国，该数值为7名。预计到2025年，国内宠物数量将达到1.57亿只，这意味着巨大的宠物医疗资源的需求。

天风证券研究所农林牧渔分析师王聪对《证券日报》记者表示，当前宠物医疗市场规模仅次于宠物食品，还在不断扩张中。随着行业逐渐从野蛮走向规范，宠物看病贵的问题也会有所改善。

## SST佳通股东大会决议成一纸空文 37.71亿元关联交易不宣而至

■本报记者 桂小英

股东大会已经两次否决公司的日常关联交易计划，然而，总金额为37.71亿元的关联交易，还是出现在了SST佳通的年报中。

8月10日，SST佳通收到中国证监会黑龙江监管局的行政监管措施决定书，揭开了公司无视股东大会决议的“冰山一角”。“这个公司的管理层‘叛逆’了，你审你的，我关联我的。”提及SST佳通的这种状况，有市场人士在和

《证券日报》记者交流时感叹。

公告显示，中国证监会黑龙江监管局认为，SST佳通于2020年6月30日、12月29日分别召开2019年度股东大会、2020年度第一次临时股东大会，审议《2020年度日常关联交易计划》议案均未获通过。在此情形下，年报显示，公司2020年度实际发生各类日常关联交易合计为37.71亿元，未按规定经股东大会审议通过而实施并披露。

基于此，中国证监会黑龙江监管局认为，上述行为违反了《上市公司信息

披露管理办法》相关规定，决定对SST佳通采取出具警示函的行政监管措施，并记入证券期货市场诚信档案。

援引公开信息可知，SST佳通是两市的股改“钉子户”，长期以来，对于股改方案无法达成一致，大股东和中小股东矛盾突出。

今年年报披露后，永拓会计师事务所（特殊普通合伙）对SST佳通（2020年度内部控制审计报告）出具了否定意见。

“股东大会是公司最高权力机构，

股东大会否决了关联交易的年度计划，管理层就应当无条件遵守股东大会的表决结果。《公司法》149条规定，董事、监事、高级管理人员执行公司职务时违反法律、行政法规或者公司章程的规定，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。”上海明伦律师事务所王智斌律师在接受《证券日报》记者采访时表示，根据这些规定，如果管理层擅自决定的关联交易造成了公司损失，公司股东有权要求管理层向公司承担赔偿责任。