

字节跳动人局 互联网厂商再战支付江湖

本报记者 李佳师

上交所科创板公告，上交所将于9月18日审议蚂蚁集团的上市事宜，而9月11日，上交所已经接受了京东数科在科创板IPO的申请。最近，这两则消息让互联网巨头之间围绕“支付”的口水战很热闹。就在前几天，字节跳动拿到了第三方支付的牌照，也宣布进军第三方支付。为什么互联网巨头都要布局第三方支付？现在才入局的字节跳动做支付还有机会吗？未来，移动支付究竟有哪些创新机会？



互联网巨头做支付“点石成金”

从阿里巴巴、腾讯、百度、京东到美团、滴滴等，几乎每一个互联网巨头都加入了支付“赛道”。现在字节跳动人局，也希望能够加入移动支付大战。

为什么互联网巨头都想做支付？“通过支付来打通资金渠道，让资金在各种业务间顺畅流动，这不仅能够提高业务之间的协作效率，也能够将每个业务‘价值化’，因此更有利于成果的度量和分配。”赛迪智库信息化与软件产业研究所软件研究室主任蒲松涛在接受《中国电子报》记者采访时表示，随着数字经济的发展，在将来的产业发展体系中，最关键的一点就是数据的流动。而伴随数据流动的，则是资金的流动。支付正是能够使资金流动的管道。

中国的移动支付现在已进入了蓬勃发展的“汛期”。中国清算支付协会的数据显示，截至2020年3月，我国网络支付的用户规模为7.68亿，同比增长28%，占网民整体的85.0%。手机网络

支付的用户规模则为7.65亿，同比增长31.2%，占手机网民比例的85.3%。2019年，我国网络支付的交易规模达到了251.2万亿元，其中移动支付的交易规模为226.2万亿元，而互联网支付的交易规模为25万亿元。

我们再看看蚂蚁集团书写的造富神话。阿里巴巴蚂蚁集团的前身是支付宝，支付宝成立于2004年，现在拥有7亿用户。蚂蚁集团用16年的时间讲了一个“点石成金”的故事。这个故事既解决了电商平台的支付问题，还提供了小微金融服务，打开了新的商业空间。

8月25日，蚂蚁集团向上交所科创板与港交所提交了招股书。分析机构称，蚂蚁集团在港交所与上交所上市，有可能创下全球规模最大的IPO。

通过发展小微金融服务，阿里将“蚂蚁”孵化成了“大象”，马云及其团队有望打造出继阿里巴巴之后的第二个万亿美

元级企业。

另一个有望复制支付宝故事的是腾讯财付通。截至2019年第四季度，腾讯财付通（含微信支付）的市场份额为38.9%，也在中国移动支付的市场中扮演着举足轻重的角色。

“蚂蚁和腾讯的两张支付牌照——支付宝和财付通一起占据了国内超过90%的第三方支付市场份额，而它们成功的核心要素就是其全民爆款产品和完善的互联网生态。”商务部CECBC区块链专委会副主任、数字经济商学院院长吴桐向《中国电子报》记者表示，“但是近年来，第三方支付市场的增量较为有限，行业也趋于饱和，因此现在做第三方支付，与蚂蚁、腾讯当时的宏观环境和行业状况大为不同。”

虽然阿里、腾讯能够把第三方支付的生意做得“盆满钵满”，但也不是谁都能把这门生意经营好。目前第三方支付企业的头部格局已经基本形成。中

支付可以打通资金渠道，让资金在各种业务间顺畅流动，因此更有利成果的度量和分配。

国人民银行官网显示，目前拥有支付牌照的公司数量为237家，之前已有34家第三方支付公司被注销牌照。正如上海新金融研究院副院长刘晓春所言：“据我了解，目前我国做第三方支付的机构支付业务基本都不赚钱，甚至是赔钱的。”

“从目前支付牌照的价值来看，其实重点不是在于谁拿到了支付牌照，而是在于谁的支付通道更具便利性，以及谁的支付场景更具丰富度。”APUS市场总监王永生在接受记者采访时表示，目前来讲，互联网一线企业基本都有自己的支付牌照，比如阿里、腾讯、百度、京东、美团等，但是它们支付场景的高度重合和高同质化导致了比较激烈的市场竞争。此外，目前支付牌照方面不仅仅有互联网企业在参与竞争，支付通道公司、第三方结算公司等也在参与竞争，而这些公司在其细分领域的相关业务已经比较成熟。

目前字节跳动在支付领域潜力不小，但想成为又一个蚂蚁金服，短期来看并不现实。

新加坡竞购了数字银行牌照。除了第三方支付，目前字节跳动已经拿下了小贷牌照、保险经纪牌照、证券投资等金融牌照。字节跳动希望在金融赛道取得更大优势这一“司马昭之心”已经昭然若揭。

字节跳动的支付金融业务能做起来吗？这就需要从经济基础、渠道基础和流量基础的角度考虑了。吴桐认为，在经济层面，字节跳动的今日头条和抖音已经获得了较多利润，因此它具备与淘宝、拼多多进行抗衡的实力。在渠道层面，字节跳动也可以通过短视频推广自家电商，因此它也具备一定的渠道优势。

在支付层面，字节跳动巨大的流量入口和日益丰富的生态为支付创造了基础性条件，所以字节跳动在电商和支付领域的顺利运营应该不成问题。

中信证券的研究报告得出的结论是，字节跳动通过合众易宝获得第三方支付牌照，有助于它在体系内开展支付

业务，进而逐步打下良好的金融账户基础、客户基础和数据基础。以短视频为代表的资讯分发，最大的优势就在于客户黏性。但是目前，开展金融服务还面临着C端收付场景较少的问题。

“通过推荐系统，字节跳动能够精准地触达用户，这是字节跳动的优势之一。但从商品的角度来看，这更像是广告的价值。要让消费者买单，除了要引起消费者的兴趣，还要保障产品的质量和高效的物流，以及做好售后服务。要做到这些，字节跳动还面临着很多挑战。”吴桐说。

“本次字节跳动获得支付牌照并不足以形成行业颠覆力，更多的是满足了头条系内部的生态闭环。”王永生表示。

业内人士表示，字节跳动虽然在C端有大量的流量和用户，但其付费的场景相对较少。目前字节跳动在支付领域潜力不小，但想成为又一个蚂蚁金服，短期来看并不现实。

基于法定数字货币的支付体系建设或许是字节跳动下一步的突破方向。

完善各个环节，就成为了字节跳动必然的选择。

“发展第三方支付有利于完善字节跳动的商业闭环，丰富其用户产品，从而全面提升其盈利能力。字节跳动在内容和用户注意力层面已经具备了较强的行业竞争力，但目前还缺乏一个便捷的变现渠道。这是全球数字平台类企业面临的一个通病。二十多个全球一线数字巨头组建了Libra协会，以筹划全球稳定币Libra，这种做法的初衷之一也是为了解决变现渠道问题。”吴桐认为，央行不再受理新的第三方支付牌照申请，所以第三方支付牌照本身也是具有价值的“壳资源”。

此外，近日“TikTok被强卖”这一事件为字节跳动的迅猛发展蒙上了一层阴影，所以对字节跳动而言，成为更强的系统机构，并且进军金融领域就是一条比较务实的路径了。

事实上，字节跳动已于今年6月在

一直以来，总有各种意想不到的“突如其来”颠覆着我们已经习以为常的模式。

蒲松涛认为，未来字节跳动的金融之路未必会复制阿里与腾讯的模式。目前，微信支付和支付宝已经取得了巨大的成功。这种成功不仅体现在面向商户的二维码支付领域，还体现在二者围绕自身的业务生态，不断扩大支付的应用生态体系这一方面。

例如，支付宝不仅是淘宝电商的支付平台，更是阿里巴巴体系下民生服务、业务办理等一系列支付手段的重要平台。对阿里巴巴来说，以移动支付业务为核心的蚂蚁金服就是它各种业务发展的重要基础设施。同样地，对字节

跳动来说，找到一条更符合自身业务体系推广和应用的模式也相当关键。

究竟什么是属于5G时代的真正应用呢？王永生认为，阿里、腾讯基于3G、4G的移动生态构筑了行业壁垒，而字节跳动的抖音则是5G时代下的产物。如果字节跳动能够在5G时代探索出主动式电商的新模式，这或许是一个新的变局机会。

王永生进一步解释，现在的直播电商属于主动式消费，而淘宝电商则属于被动式消费。如果字节跳动能够在大数据和推荐方面更进一步发展，提前了解用户需要什么，并根据用户的需要把他们感兴趣的主播和商品推荐给他们，那么今天的电商模式就很

有可能被颠覆。

打造“大数据推荐+直播+电商”的精准电商模式，这也是字节跳动的真正价值所在。

除了5G时代下的新应用，基于法定数字货币的支付体系建设或许是字节跳动下一步的突破方向。吴桐认为，法定数字货币体系的创新还有可能是金融创新的未来方向。

华创证券研报透露，央行数字货币的相关应用场景正在快速拓展。支付宝、美团、滴滴和字节跳动等互联网厂商均已与央行数字货币项目银行展开了合作，因此在后续的发展过程中，其他高频的使用场景有望快速增长。

“大数据智能和新的知识表是一块富饶的无人区，这个课题在全世界都没有展开。中国的人工智能科学家们要清晰地看到这个问题，成为勇闯无人区的英雄。”中国工程院院士、中国工程院原常务副院长、浙江大学原校长潘云鹤在2020世界数字经济大会发表演讲时谈道。

中国工程院院士潘云鹤： 大数据已进入 富饶的无人区

本报记者 张一迪

大数据时代传感器承载重任

“原来的世界是以人类社会和管理空间为主的二元空间。后来，由于信息空间迅速壮大，世界也就从PH两分法的空间转变为了CPH三分法的空间。”潘云鹤表示，近30年来，世界完成了从二元空间到三元空间的过渡。

潘云鹤认为，正是覆盖范围越来越广的传感器带来了这种变化。“首先我们发射了很多卫星到天上。卫星的数量越来越多，因此天上传感器的数量也越来越多。然后我们又在世界各地装了传感器，最后我们还把很多传感器装在了城市的上空。”潘云鹤说道。

据了解，仅仅在杭州上空就有30万个摄像头。这些传感器无时无刻不在发送信息，且发送信息的密度远远高于人类。

“这就开创了‘信息不是由人发送’的时代。这些信息绕过了人，直接来自物理世界。当然，也有很多信息来自人类，但并不是人有意发出来的。以移动信息为例，你不愿意发送你的移动信息，但是你的手机却一直在向全世界发送有关你的信息。你的购买信息、爱好信息，它们都不是你主动发出去的，但是你的这些信息正源源不断地输入到这个信息世界中，因此你所处的这个时代就叫‘大数据时代’。”潘云鹤说。

世界信息流发生重大变化

疫情期间，网上会议、在线教育等信息传播形式大量涌现，人和信息的接触替代了传统的人和人的接触方式。

人与物的接触方式也在发生着改变。近期，美国和欧洲的肉联加工厂出现了大量工人感染新冠病毒的情况。专家推测，冷冻食品很可能是一种传染体，因此这些国家正在努力地把人接触冷冻食品这一加工生产过程，转变为由操作信息，并由信息去指挥加工生产的过程。

整个世界的信息流正在发生重大的变化。在原先以人类为中心的二元世界中，信息流包括了人类了解物理世界的过程。信息流还包括了工程技术流，即人去改造物理世界中的各种信息和知识。信息流中也包括了社会科学流，即人去了解人类本身，以及社会本身是什么状态。

潘云鹤指出，现在信息与人类、物理世界的关系正在不断加强。人类正在通过信息世界去了解物理世界，并通过信息空间去改造物理世界。无人机、无人车和无人码头等形式的产生证明了这一点。

“大数据时代必定会过渡到另外一个重要的时代，那就是大知识时代。”潘云鹤强调，“信息已经和人开始分家了。它变成了重要的一极，绕开了人类，直接来自于物理世界。所以如果‘大数据’不能变化成‘大知识’，那这些数据对我们来说，就既有好处，又有坏处。”

人工智能走向2.0时代

信息通道的改变使得人工智能技术走到了各领域的中心，走向了2.0时代。

潘云鹤指出，推动人工智能走向2.0时代的主要原因是三点变化。

一是信息环境的改变。60年前的人工智能可以让计算机变得聪明，而60年后，我们看到的不只是计算机的聪明，而是包含互联网、移动计算、可穿戴设备、云计算、工业互联网等要素的信息社会。这个社会被大数据、互联网和计算机等各各种各样的“装备”武装起来，因此体量也变得越来越大。

二是需求的变化。如今我们看到了城市、医疗、交通、制造系统等领域的智能化提升。这种提升不仅是让计算机变得像人一样聪明，而是让一个系统的运行变得更加聪明。

三是人工智能的目标变了。如果说60年前的人工智能是希望计算机能够变得像人一样聪明，那么60年后我们就可以清晰地看到，计算机在某些方面可以比人更聪明。但在有些方面，人永远会比计算机更聪明。因此，让人和计算机这两者都变得更聪明，让它们取长补短，变成一个综合智能体，这就是人工智能发展的新目标。

“基于这三大变化，我们认为人工智能要迈向2.0时代。”潘云鹤说。

大数据智能是人工智能2.0重要应用技术

人工智能2.0有五个发展方向，分别是大数据智能、跨媒体智能、人机混合增强智能、群体智能和自主智能系统。

潘云鹤认为，大数据智能是人工智能2.0进入各个领域最重要的技术之一。比如说金融风控智能化，首先要把大数据聚集起来，然后要采用各种各样的智能计算，通过智能计算把数据之间的知识提出来。在提取知识的过程中还要运用到联邦学习知识，以保护数据的安全性。

潘云鹤表示，知识表将引领大数据智能的发展，而数据形式和应用目标的不同则会形成不同的知识表。目前，人们已经研究出了很多的场景图，而这就是一种初步的世界知识表，今后该知识表还会有更多的深刻变化。另外，多种知识表的协同使用会使一个系统的人工智能水平大幅提高。这是因为在解决问题的过程中，短期记忆和长期记忆是同时工作的，而这两种记忆之间的知识形式并不一样。

“大数据智能和新的知识表是一块富饶的无人区，这个课题在全世界都没有展开。中国的人工智能科学家们要清晰地看到这个问题，成为勇闯无人区的英雄。”潘云鹤总结道。