

## 【云计算与大数据】阿里云刘松： 金融创新中的云计算和大数据角色

---



（本文选自微金融 50 人论坛演讲汇编系列之一：微金融的基础设施，独家推出，转载请注明出处）

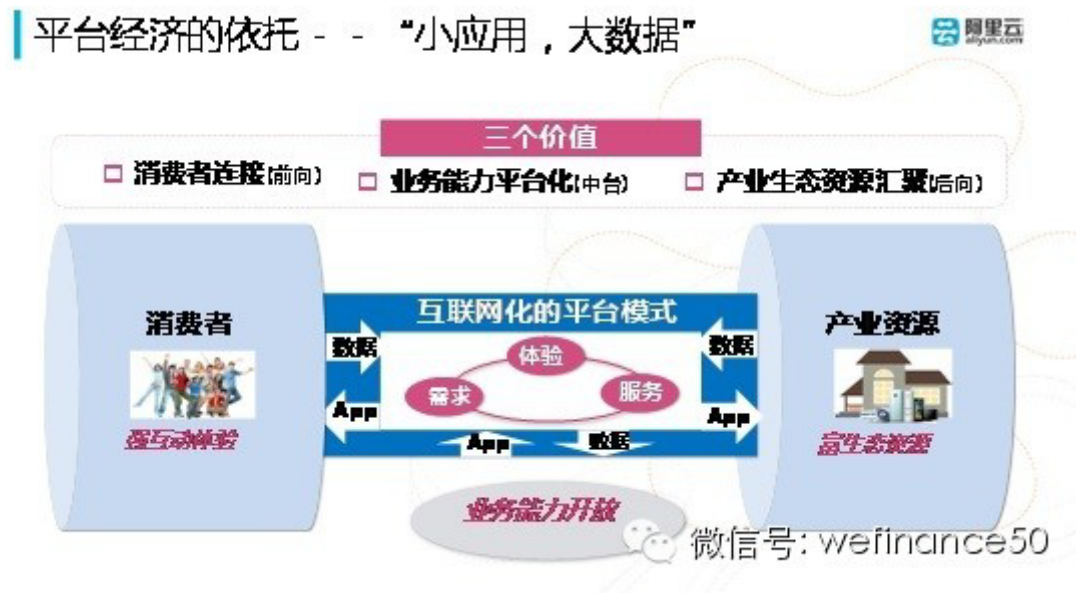
本文将分三部分内容阐述阿里如何应用大数据和云计算。第一部分回顾阿里的平台模式；第二部分阐述阿里如何依赖数据和平台技术；第三部分看阿里的支付宝（目前更名为蚂蚁金服）和阿里金融云在哪几个方面、如何应用这些数据。1995 年前后，马云尚未创建阿里巴巴时曾到美国游玩，发现一个最主要的问题，在美国网页上根本搜不到中国的商品。马云是最早意识到互联网是唯一能够聚合长尾的工具的人，并有了做一个中国企业黄页的想法，这是阿里巴巴使命的真正起点。为中小企业服务必须承担巨大的信息处理成本。今天大多数的银行，每笔交易，IT 成本大概介于十几、二十块钱之间；而阿里每笔金融交易的成本是几分钱；金融行业就是靠 IT 吃饭，关键成本就是 IT。大数据和云计算这个平台所解决的最核心问题，是大幅降低每一笔交易的 IT 成本以及用数据驱动业务，从而引发金融创新的全新生态。互联网公司都是受业务驱动的，阿里从做电商开始到做余额宝，背后隐藏在背后的一个理念。众所周知今年阿里似乎进入一个互联网商业的大门，然而背后马云对于服务于屌丝企业和屌丝个人的精神大家往往忽略掉。这个精神，与技术变革的结合，才能真正衍生一些创新的商业模式。今天阿里所有的技术平台依托大数据和云计算，因此具备一个颠覆性的 IT 成本优势，它可以推出一个跟银行合作的数据服务，可以做几分钱成本的对客户的评级。普通个人仅需 100 块钱就可以使用云计算了。

到今天为止只有互联网实现了平台模式，所有以物理搬运为主的任何产业都无法形成平台模式，因为只有互联网和信息平台才能解决平台经济问题。这背后是信息拥有成本极低的这个基本事实，互联网本身即为具备多边网络效应、放大效应的一种平台。未来十年，是互联网公司和传统产业通过平台模式融合的时代，左侧，BAT 通过体验来解决上亿消费者连接的问题。比如得益于支付宝的入口，余额宝很容易起步；右侧，传统企业有非常强大的产业资源；目前的问题是，互联网运营和传统行业两个世界之间彼此不了解对方。公平来讲互联网公司是非常了解互联网运营，他们并不了解传统行业，他可以从他最熟悉的客户以一种随机甚至探索方式获得意外的收获，但真正的互联网金融还没有开始，现在只能算互联网金融 V0.1；金融行业和互联网行业今天还有很大距离，他们更紧密的合作才是解决未来模式问题的关键。

阿里走的路是小应用，大平台，富生态。到今天为止，只有线上的大数据才是容易获得的大数据，如果不是这些数据不再线上，那么数据将分布在不同的数据中心，不同应用，集成和获取难度极高。因此，今天能用的大数据应用，一定要从线上数据开始。未来这种平台模式，客户看到得是小应用，是体验好的 APPs，背后是大数据。

传统金融企业感受到了互联网的来势汹汹。互联网有三个基本能力，第一是入口。入口是很关键的，比如余额宝的快速扩张与利用支付宝钱包这个入口有关系。传统的金融行业，做互联网金融，第一缺的就是入口，开发保险电子商务，做直销银行没有入口，就没有客户上来。第二是有效流量，金融行业需要高转化率，客户体验变得很重要，客户体验是提升转化率的关键。客户体验对电商来说很简单，他随时通过客户行为，客户画像等摸清客户的需求。传统行业没有意识到转换流量核心是在客户体验，客户体验的核心是在数据控制点的采集分析，背后需要大数据来推动。

第三是客户运营，即使是互联网公司在客户运营方面也还有很长路要走，当然，他们有个先天条件是，对客户购买行为非常了解，但这个不等于客户运营。金融行业有一个独特的地方，它和电商的区别在于金融行业最终是玩“帐户”，比如余额宝要让帐户有黏性，让客户在我帐户里多消费，因此更愿意保持我的帐户。大数据的工具要对帐户进行保护和提升黏性。对金融机构来说更重要的是背后的统一帐户。今天所有 90 后客户都把自己所有的行为都暴露在网上，他的数字随时可以拿到，这是一代人的特点。关于代际特点：90 后不在乎什么“隐私”，00 后认为所有屏幕都可以触摸，这是技术塑造时代的特点。大数据可以帮助抓住这群 90 后的“数字痕迹”；从客户运营角度，聚焦完全暴露在网上的人的成本绝对要远远低于广场上跳舞那些大妈们。比如，余额宝也是先从年轻人开始逐步到年长的群体，可能通过这些 90 后反向告诉他们母亲应该上余额宝，应该用这个消费。背后有一个客户洞察和客户运营，所有东西都是依赖数据。



未来几个月阿里希望能把自己用的金融云平台对外变成开放的平台。这里有两个开放，一个是云平台的能力开放，面向金融行业的中间件还有 PaaS 的能力。希望中小银行业可以用。另一个是数据服务的开放，要准备数据跟金融机构合作。阿里金融云去年上线之后，有大量小的银行、证券公司都上云了，他们想快速上线，做网络银行这样的业务、大量的支付业务、与电子商务有关的业务。未来的情况，云平台应该有一定的公益性。对外，数据一定要流动，一定可买卖，你中有我，我中有你。

今天阿里数据演进的速度比计算架构还要快，目前阿里是数百 PB 级别。很多机构讲的大数据不是大数据，是普通的小数据，数据量很少超过 50T。到了 PB 这个级别，是计算跟着大数据走，而不是数据跟着计算走，这是今天大数据和云计算的关系。

下面说说阿里小贷的例子，阿里小贷这个业务用了 30PB 数据，800 亿个信息项，100 多个数据模型。今天做一个阿里小贷不需要流程判断，数据判断可以给他放贷，一个这辈子在银行没有记录的农民甚至可以通过阿里小贷贷十块钱。

上文提到大数据的一个方向是用大数据开辟开辟长尾市场，像余额宝，采用极低交易处理 IT 成本和精准数据分析一直服务于屌丝，提升交易效果。大数据还有两个方向，分别是提升交互体验和提升交易效率。银行过去多年的经营具有交易性，围绕交易有一个庞大体系，包括风控体系。互联网公司是做交付，不一定马上变现。银行未来的转移是逐步平衡交易处理安全以及交互式的黏合度。阿里小微的风控体系是完全新的，依赖阿里数据做标准。通过淘宝、天猫、支付宝各种消费，可以判断，阿里的不良资产率很低，证明阿里完全自创的一套数据模型是对的。

提升交互体验，张瑞敏把整个海尔客服人数降了七八成，他认为不需要人工客服，不需要声音甜美的妹子为客户服务，但不解决问题。一切都在线上自动化解决。这还是一个成本问题，比如人工最贵，比线上贵几十倍，未来五年不仅是整个广告公司不断变成数字化的过程，也是客服中心无人化运营的过程。今天，一些保险公司恨不得有五千个人客服，这说明整个行业设计需要重构，依赖大数据重构。

总而言之，如今做互联网化的金融创新必须理解两个要点，一个是理解小微，微金融，屌丝的习惯行为。第二要理解平台经济，互联网唯一是支持平台经济的模式，背后依靠大数据和云计算平台。传统企业、金融机构转型互联网，就是在互联网模式进行创业，只有把入口、有效流量和客户运营三个方面做好才有希望。