

■聚焦银联牵手光大保德信

“大佬”强势抢地盘

# 互联网金融或形成“寡头垄断”

□本报记者 李良

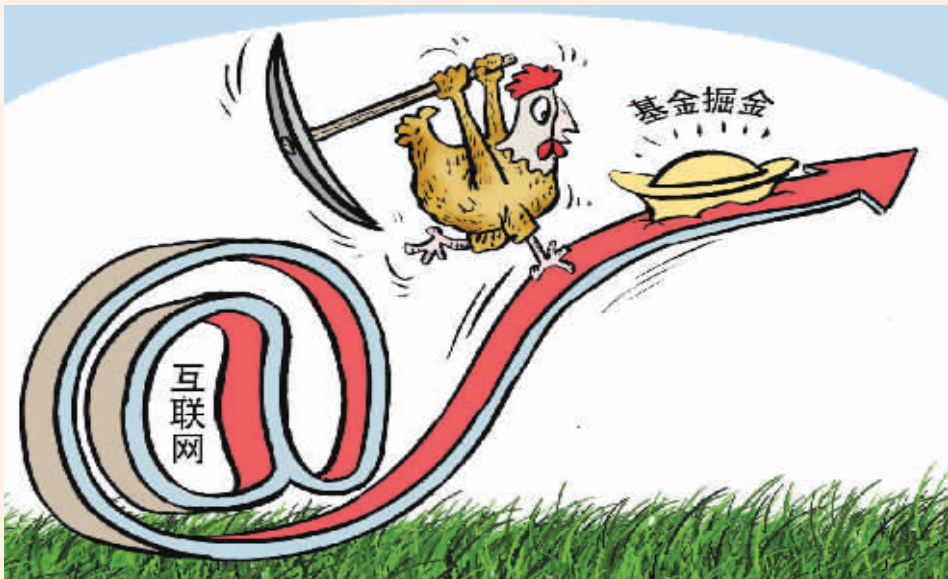
阿里巴巴收购天弘基金的余热犹在,互联网金融又迎来了一枚重磅炸弹。经过近1年的系统开发与测试,银联商务“天天富”互联网金融理财平台日前正式启动,首期合作方为光大保德信基金公司。尽管银联方面并不愿意将“天天富”与“余额宝”进行比较,但在业内人士眼里,依然将其视为两个庞然大物的正面交锋。而这,也令本已炙手可热的互联网金融进一步升温。

某基金公司电商部门负责人表示,互联网金融目前仍属于“蓝海”,包括阿里巴巴、银联等进军互联网金融都属于“跑马圈地”阶段,是抢占不同细分领域的制高点。不过,他强调指出,由于过多的顶级电商企业涌入,互联网金融理财很容易变成几家大佬瓜分天下的局面,因此,许多正热衷于试水的中小型电商企业,很难从这片“蓝海”中找到立足点。

## 从个人到企业“全覆盖”

对于垂涎互联网金融这块大蛋糕的诸多“大佬”而言,任何一个潜在的细分市场都是不能放过的。

继阿里巴巴在针对个体消费者的“余额宝”上大获成功之后,银联商务另辟蹊径,将互联网金融理财产品推向了企业商户。这款名为“天天富”的产品,意在覆盖银联商务所服务的近230万的商户企业,通过与光大保德信基金公司的合作来盘活这些商户企业的闲置资金。无论是银联商务还是光大保德信基金公司,在产品启动现场都不约而同地用“数量巨大”来形容这



CFP图片

一互联网金融领域的细分市场,且并不讳言自己在此细分市场的竞争优势。

需要指出的是,虽然由于此前的一些渊源,业内普遍将银联商务进军互联网金融视为与阿里巴巴的正面交锋,但若仔细观察便可发现,银联商务此番布局互联网金融,与阿里巴巴突进“余额宝”有着较大的差异:银联商务并没有将个人用户作为业务开展对象,而是把主攻力量放在自己优势最明显的企业商户身上。

“天天富”互联网金融理财平台不同于其他第三方产品,它重点服务于银联商务体系的合作商户,目的是为银联商务超过200多万的广大商户提供安全、便捷的现金理财工具,使银联商务服务的各类商户和包括光大保德信

在内的各类金融机构通过该平台对接,既满足商户资金保值增值的需求,又满足金融投资机构向企业客户销售金融理财服务的愿望。”银联商务总裁李晓峰指出,这种较为独特的创新发展模式,有利于稳步地进行市场拓展,可率先享受引领基金B2B行业带来的超额收益。”

## 圈地潮或成“多足鼎立”

需要指出的是,无论是已经启动互联网金融业务的阿里巴巴、银联商务,还是业务正处于孵化期的苏宁、百度、腾讯等等,无一不是拥有庞大客户资源或强大营销渠道的顶级电商企业。他们的强势介入,令互联网金融“跑马圈地”的门槛迅速提高,也依稀让人们窥得未来互联网金融“多足鼎立”的格局。

某基金公司市场总监表示,在渠道为王的基金行业,掌握了客户资源或渠道网点便等于扼住了行业的命脉,因此,这些顶级电商企业一旦出手,便很大程度上掌控了基金行业进军互联网金融行业的话语权,未来的市场格局将会由他们来主导。我个人认为,每个顶级电商大佬会根据自己的优势来布局互联网金融产品,在“跑马圈地”的初期,大家就会开始差异化竞争避免正面厮杀,相反,待市场瓜分已经完成后,倒有可能会见到各家电商进行跨界竞争。不过,无论如何演绎,互联网金融的主导权都会掌握在这些企业手中。”该市场总监说,其实,别看基金公司吆喝的更多,但在这场互联网金融浪潮中,基金公司就是个配角。”

抢食第三方支付十万亿“蛋糕”

# 基金照搬“余额宝”模式未必成功

□本报记者 曹淑彦

《爸爸去哪儿》是最近十分火爆的一个真人秀节目,这个节目展示了父与子的亲情互动。而近期类似的真人秀也在金融圈上演,明星“老爸”阿里带着天弘基金,如何突破现实的条件建立良性互动,成为重要的看点。

其他基金公司能否也找个“好爸爸”跟着一起玩,虽然目前尚未看到。但是,基金公司确实纷纷打起了先“傍大款”的主意。业内人士表示,银联与光大保德信、财付通与大型基金公司达成合作,其实就是基金公司看中了留存在支付渠道中的沉淀资金量存在转化为货币基金规模的潜力。但是每家支付机构的商业模式不同,所以,完全照搬“余额宝”模式未必能成功。

## 瞄准10万亿蓝海

天猫、京东或者苏宁,作为电商平台,只是为基金公司提供了一个新的PK场地,而第三方

支付手里有着真金白银,一旦达成一对一协议,就能在保护期内充分挖掘沉淀资金,带来规模快速增长。这或许就是基金公司抢着“傍”支付渠道的原因之一。

根据艾瑞咨询的研究,仅2012年,中国第三方支付行业交易规模就已突破十万亿大关,达12.9万亿元,较2011年增长54.2%。其中,线下收单市场占比最高,为68.8%;其次为互联网支付,占比28.3%;移动支付市场尚处于起步阶段。

仅互联网支付方面,根据EnfoDesk易观智库最新数据显示,2013年第二季度,支付宝、财付通、银联网上支付分别以46.4%、20%和13.1%占据市场前三位,前三家支付厂商占据整个市场79.5%的市场份额。

然而,由于第三方支付机构之间在商业模式上形成分化,所以,基金公司在挖掘这块蛋糕时,也需要考量哪些支付机构手里的蛋糕更好挖,并制订差异化的产品方案。

根据艾瑞咨询的研究,中国银联、支付宝、杉德、财付通

等非独立支付企业优势明显;通联、快钱、汇付、易宝、环迅等独立第三方支付企业亦获得了一定的市场空间。随着银行卡收单、互联网支付领域的逐步成熟和瓜分完毕,第三方支付企业一方面积极寻求业务领域的拓展,逐渐渗透到基金、保险、物流等传统金融电商化领域;另一方面不断通过创新支付模式和产品,为不同行业需求提供定制化综合解决方案,盈利模式也初步从单一的手续费向营销等增值服务费多元化中间业务收入转变。

## 客户线上转线下

目前来看,互联网支付三大巨头支付宝、财付通、银联都已经被基金公司“傍”上了。其中,支付宝的客户群以线上客户为主,又在网上支付中占据半壁江山,当支付宝和天弘联姻后,对于其他基金公司而言,网上支付端的市场机会已经很少了,所以,线下商户的结算资金又成为了基金公司的另一个目标。

上周,银联商务宣布携手光

大保德信推出了针对中小企业和商户的“天天富”,该产品是针对中小企业和商户的货币基金产品。此前,易宝支付也宣布,携手基金公司推出针对各行业线商家的“交易宝”,对商家结算资金提供理财服务。

由于线下商户与线上购物消费者对资金流动性需求不同,开户手续也不同,所以基金公司想动这块蛋糕并不那么容易。

有业内人士透露,其实银联和光大保德信的产品数月前就已经上线,但实际规模增量并不大,主要问题就在于商户开户这块。由于商户要签署协议开户,需要一家一家谈,银联商务和基金公司都不可能投入那么多人力,所以签约的商户并不多。此外,商户开立基金账户的手续比个人开户更复杂,这也导致进度较慢。

据了解,另一家大的第三方支付机构财付通也和业内大的基金公司有了合作。不过,业内人士认为,财付通属于“富二代”,并没有电商的基因,其支付里面水分很大。

## 汇添富中证消费ETF价量齐升

新一届政府继续强调加快经济转型,全力推进以消费为主导的经济再平衡改革,因此,尽享“改革红利”的消费股一直被市场长期看好。今年以来,消费板块也有不俗表现,这使得目前唯一一只以中证消费指数为跟踪标的的ETF——汇添富中证消费ETF的净值也快速上涨。

自9月16日上市以来,该基金净值已经攀升至1.0630元,在10月份短短几个交易日的净值涨幅高达4.63%。净值的快速攀升也使得该基金受到了资金的热烈追捧,Wind数据显示,截至10月18日,该基金10月以来的日均换手率高达9.85%,在所有ETF中排名第四。(李良)

## 工银主题策略业绩大幅逆转

今年以来,信息传媒等TMT行业普涨,基金跟风调配重仓行业受益明显。工银瑞信主题策略股票基金踏准市场节拍,把握住了今年的成长股行情,呈现出较

好的财富效应。Wind数据显示,截至10月15日,该基金今年以来总回报达40.52%,由同类排名靠后跃居为普通股票基金前六分之一行列,实现业绩逆转。(曹淑彦)

## 广发基金:美股强势或延续

10月9日,美国总统奥巴马正式提名美联储副主席珍妮特·耶伦担任美国联邦储备委员会下一任主席。据悉,耶伦是美联储宽松货币政策的主要倡导者,分析人士预测,为了确保增长和就业的上行,耶伦将减慢退出量化宽松道路的步伐。此消息传出后,为近日来受债务上限担忧影响而接连下跌的美股市场打了一针强心剂。广发基金认为,未来美股强势或可延续。

据悉,广发亚太精选基金今年以来对美国市场高度重视,加上出色的

选股能力,基金业绩持续向好。据Wind数据统计,前三季度在纳入统计的74只QDII基金中,今年以来取得正收益的有41只,其中有10只收益率在10%以上,而广发亚太精选则凭借合理的资产配置和自下而上精选个股,以25.87%的净值增长率排名第2位。广发亚太精选基金经理丁靓表示,美股受益于美国经济率先复苏和资金流入,表现有望持续。偏好代表未来经济结构改革方向的环保新能源、科技和医药等行业,并将提高对美国市场的配置。(常仙鹤)

## 理财收益水平维持高位

### 银行理财管理计划值得关注

□金牛理财网研究中心 薛勇臻

上周资金面前紧后松,银行间市场资金利率大幅下行,不过,银行理财产品的平均收益率依然维持高位。上周商业银行新发理财产品平均预期收益率较前一周微涨2BP至4.95%。但从金牛银行理财20系列指数来看,上周综合收益指数继续下行,则印证了资金面的逐渐企稳。此外,上周工商银行、浦发银行等先后推出了净值型的理财管理计划,值得投资者特别关注。

金牛理财网截至10月18日的监测数据显示,上周(10月12日-10月18日),85家银行共新发非结构性人民币理财产品669款,环比增加129款;平均预期年化收益率为4.95%,环比微涨2BP。从收益率分布来看,上周收益率超过5%的理财产品市场占比微增至46%。上周金牛银行理财综合收益率指数在5%附近小幅波动,整体呈下行态势,上周五指数行至4.97%,较前周五下跌6BP。

从银行类型来看,上

周表现较为突出的是股份制银行,不仅市场占比大幅回升至28%以上,平均收益率也逆市上涨并再度突破5%。从收益类型来看,上周非保本浮动收益型产品平均预期收益率较前周上涨1P至5.10%;保证收益型收益率环比下降6BP至4.28%;保本浮动收益型平均预期收益率上涨7BP至4.55%。从投资期限来看,由于资金面企稳,短期产品收益率维持小幅下跌态势,短期理财产品指数继续下行。中长期产品收益率上涨,涨幅以6-12个月产品最高。

上周工商银行、浦发银行等银行先后推出了净值型的理财管理计划,值得投资者重点关注。从工商银行的超高净值客户“尊享优势”系列产品——理财管理计划A款来看,该产品封闭期过后每月开放一次,比较适合对流动性要求较高的投资者。理财管理计划风险级别比普通非保本型产品高,但由于其主要投向收益较高的理财直接融资工具,因此实际收益率可能比1个月期的普通产品要高。