

银行打响反击战

互联网金融迈入2.0时代

□本报记者 曹淑彦

银行领衔2.0时代

近期,在互联网金融方面,互联网企业的风头有了弱化的趋势,而金融机构的势头开始增强。自去年下半年开始,BAT互联网巨头曾掀起互联网金融风暴,今年初网易、新浪、京东等也陆续推出金融理财业务线,然而最近互联网企业似乎鲜有新招出现。与之相对应的是,此前一直处于被动防守状态的银行,最近却频频主动出击。

以中信银行和渤海银行为代表的“银行宝”升级,不仅能够做到货币基金T+0赎回,而且可以实现ATM取现、POS支付等功能,货币基金距离取代活期存款似乎又前进了一大步。据悉,中信银行“薪金煲”现处于测试阶段,近期即将上线。目前与中信银行“薪金煲”合作的是嘉实和信诚两家基金公司,两家公司均为该项目专门发行了名为“薪金宝”的货币基金。根据证监会公示信息,南方基金在4月底也上报了一只名为“薪金宝”的货币基金,托管行是中信银行,或也是为与中信银行合作而准备的产品。

据了解,“薪金煲”与其他“宝宝”的不同之处在于,客户只需一次性签署业务开通协议,设定一个保底余额,超过该余额的活期资金将自动申购货币基金;当客户通过中信银行卡取现、消费或转账时,“薪金煲”将会自动实现相应货币基金份额的快速变现。

渤海银行的“添金宝”则已经在内部上线,独家合作方是诺安基金,合作产品是诺安理财宝货币基金。“添金宝”在功能上也可实现全自动理财,一次签约即可每日自动归集活期存款余额到理财账户申购货币基金,货币基金份额可实现POS消费、网上购物、ATM取现,无需任何操作直接实时支付结算,并且目前不设额度限制。

银行推出“银行宝”来反击互联网其实并不容易,将活期存款转化为货币基金,相当于革银行自己的命。今年初,工商银行浙江分行曾推出“天天益”特色业务,用户可实现货币基金随时申购、赎回,赎回资金实时到账。然而,2月底该业务就悄然退出。对于停止原因,工商银行客服的回答是,对应的货币基金已经卖完了。业内人士分析,大银行内部部门之间利益纠葛错综复杂,稍有动作就会导致活期存款大量流失,因此大银行做“银行宝”的内部阻力很大。而先从分行突破,目前也可能会受到来自其他分行的压力。中小银行活期存款本来就不多,改革阻力小,银行更希望通过创新

中信银行“薪金煲”、渤海银行“添金宝”即将正式上线,此前一直处于被动防守状态的银行,最近频频主动出击,而且一出手就是大招。有业内人士认为,在互联网“宝宝”收益率逐级下滑的背景下,如果银行下力气打通货币基金的支付功能,“银行宝”的威力绝不亚于余额宝。因此,有人将银行领衔的这次“革命”,看作互联网金融进入2.0时代的标志。在这个阶段,将少了些互联网的喧嚣,多了些金融的风险控制,货币基金的收益率将被淡化,其支付功能将得到提升。

来吸引其他行的存款和客户,也因此,中信银行和渤海银行能够实现突围。

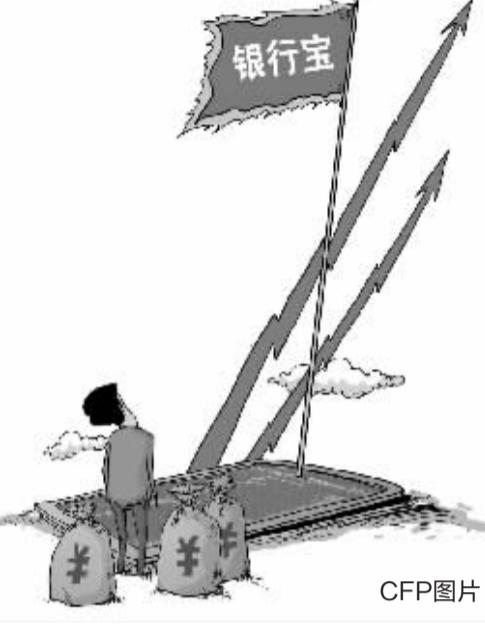
“其实去年8月我们和银行的个金部就有过接触,当时他们还比较排斥,毕竟会导致活期存款流失。但是最近他们发觉,就算围追堵截,存款流失的窟窿也堵不上了,有的客户甚至会主动找银行问有没有类似余额宝的产品。如果银行没有这种产品,这些钱就可能流到余额宝、百度百发之类的产品了,那还不如自己做,打造一个闭环,把客户一直留在银行账户里。现在个金部有动力去推动这个事。”一位基金公司电商人士介绍,银行的态度已经发生了转变,也希望通过提供更好的服务,吸引外来客户,并增加客户黏性。

不过,银率网分析师认为,银行虽然愿意进行货币基金业务的创新和拓展,但却很少主动宣传。银行开展这类业务的目的,不是为了鼓励储户购买,而是为挽留存款资源的无奈之举。

收益破5后艰难摸索

“转了一圈,又投向了银行的怀抱。”近期大量互联网货币基金7日年化收益率跌破5%,收益的下滑,难以满足互联网的胃口。“起碼银行更懂金融,理解货币基金的产品属性。”一位基金人士感慨,现在互联网平台又要收益高,又要没风险,货币基金已无法满足他们的要求,而更适合的产品仍未找到。

一位基金电商人士表示,“现在互联网已



务创新、技术创新上。”

由此可见,在互联网金融2.0时代,货币基金的收益魅力将会有所褪色。

“静默期”的思考

近期央行及银监会有关人士表态,对互联网金融监管需要进一步加强。“央行明确要规范互联网金融,现在处于‘静默期’,打擦边球的事也就都不敢干了。”一位电商人士解释了最近互联网圈“风平浪静”的原因。除了监管层面强调风险管理,互联网金融发展本身也遇到了障碍,需要静下来思考,等待新的市场时机。

在互联网金融1.0阶段,受余额宝的刺激,基金、保险、银行、券商更多呈现的是躁动的状态,纷纷大干快上,招聘人员、更新系统、寻求合作,却并没有考虑投入产出如何,也没有预料到这么快就进入到“平淡期”。在2.0阶段,需要对前时期问题进行反思和修正,互联网公司和金融机构都需要补充不足。有业内人士坦言,现在很多IT公司的人去了基金公司,而互联网公司也在从金融机构里挖人,双方都在进行人才的融合,从长期来看,这是好事。

该电商人士指出,对于客户,无论是哪个渠道,在货币基金和银行理财产品之间最终都会选择收益高的。不过,也有基金人士认为,即使货币基金收益率下降,但相对于活期存款还是具有吸引力的,因此短期货币基金规模不大可能大幅下降。银率网分析师也认为,目前形势并不会对货币基金产生任何影响。这主要是因为,货币基金目前还是现金管理工具中的最优选择,拥有相当大的客户群体。货币基金相比银行理财,最主要的优势就是流动性,尤其是在赎回T+0普及之后,货币基金的购买、赎回、追踪投资收益等,都比银行理财产品更便捷和透明。

然而,从互联网的视角,货币基金收益率下降,而保险等理财产品风头更劲。从目前互联网在售的理财产品来看,很多保险理财产品预期年化收益率仍在6%以上,招财宝平台所挂的国华6号万能险,3年期,预期年化收益率6.5%,很快就被抢购一空。有保险公司人士透露,其实保险产品做高收益很容易,最近还有保险公司在微信上推出了一款预期收益率高达8%的产品。“不过,今年货币收益下降了,保监会和行业协会表示不希望保险过多发高收益产品,而是把产品重心放在保障性产品、服

务创新、技术创新上。”由此可见,在互联网金融2.0时代,货币基金的收益魅力将会有所褪色。

由此可见,在互联网金融2.0时代,货币基金的收益魅力将会有所褪色。

由此可见