

互联网金融辟新战场 定期理财搅江湖

□本报记者 黄淑慧

在货币市场基金收益率连下台阶之后，阿里、新浪、苏宁、京东等互联网巨头们开始向另一战场——定期理财市场发起冲击。票据、P2P、实物回购、约定收益类基金等定期理财产品正在成为互联网企业攻城略地的新利器。

巨头纷纷加入战团

凭借对接货币基金的“某某宝”吸引用户眼球并成功挖得“第一桶金”之后，互联网巨头们开始先后布局新的理财领域。

阿里巴巴旗下小微金融服务集团在8月26日上线已试运营4个月之久的招财宝产品。根据招财宝网站公布的最新数据，截至9月3日，平台累计成交金额已经达到126.03亿元。

招财宝被视为阿里继余额宝之后的又一大互联网金融产品，与余额宝对接天弘货币基金

不同的是，招财宝实际上是一个投资理财开放平台。金融机构可以通过平台发布保本低风险的理财产品，中小企业和个人可以通过平台发布借款项目并由金融机构提供本息保障，余额宝用户则可以通过平台购买理财产品或向融资人直接出借资金，以获得收益回报。

目前招财宝主要提供三种类型的理财产品：借款产品（类似于P2P）、保险产品（主要为万能险）、基金产品（主要是分级债基金），预期年化收益率在5%~7%之间，期限2个月到5年。

在货币基金显示出收益率下行迹象之时，除阿里之外，互联网巨头们纷纷把目光投向收益率更高的定期理财产品。5月22日，新浪旗下互联网金融理财平台微财富试水票据理财产品，如今已经和金银猫、票据宝、普兰等票据中介机构合作推出票据类理财产品，投资期限最短23天，最长半年。除了票据产品，微财富还尝试推出实物回购、P2P、供应链金融等产品。

苏宁、京东等各互联网大佬纷纷加入战团，均推出票据理财产品。据业界消息，微信理财通也将扩充产品线，上线产品为定期类的债券类基金产品。与传统银行理财产品不同的是，互联网平台纷纷调低了投资“门槛”吸引用户，起购金额通常为100元或者1000元。

“饥饿营销”盛行

对于定期理财市场的火爆，好买基金认为，在“宝宝”类货币基金收益率大跌之后，市场热度逐渐退却，互联网电商们都在寻找新的理财产品。一方面，这显示电商理财热度不减，另一方面也显示电商理财产品在向高收益率化、多元化的方向演进。长期来看，该种演变将使得理财市场竞争逐步得到细化，差异化将更加明显。

WIND数据显示，9月3日货币基金平均7日年化收益率已经降至4.4%左右，早已不复今年年初时的盛况。一位互联网平台人士表示，推出

定期理财产品，一方面是为了扩充产品线，另一方面，随着货币基金收益率下滑，也急需收益率更高又兼顾一定流动性的产品来维持用户黏性，承接从货币基金转移出的资金。

为了吸引人气，一些定期理财产品所标示的预期收益率颇具吸引力，比如苏宁理财9月4日推出的几款期限76~85天的票据产品年化收益率高达8.8%。但值得注意的是，通常这类产品售卖总额并不高，很容易就被“秒杀”。

有业内人士表示，一些产品收益率较高，不排除一些平台在初期推广产品时让渡自身利益，这种“变相补贴收益”是惯常使用的方法。以这种方式赚取眼球，虽然有一定的投入，但其广告营销效果可能远大于纯粹广告的投入。对于一些收益率较高的热门产品，互联网平台有时会规定单笔购买上限。通过“饥饿营销”的方式，既吸引眼球，投入也被控制在一定范围内。这些产品未来也会逐步实现收益率的理性回归。

用数据说话 选牛基理财
金牛理财网 WWW.JNLC.COM

融通基金定投申购费为0

融通基金近日宣布，9月1日至9月30日期间，通过融通基金网上交易和手机App上新设置“现金宝定投”，即可享受0元申购费优惠。据悉，在定投计划存续期间，只要不终止定投，申购费始终为0元。以每月定投1000元融通深证100基金为例，定投1年、3年、5年、10年，申购费可分别节约177.4元、5321元、8868.6元和1774元。融通“现金宝定投”是指用融通现金宝账户进行定投，实质是将融通货币基金转换到融通旗下其他基金的一种方式。目前，现金宝定投可选择周、双周和月定投三种方式，100元即可定投。（宋春华）

工银中证500B

今年以来收益超20%

近期大盘蓝筹股遭遇调整，中小板指数和创业板指数均处于上涨趋势中，偏中小盘成长风格的中证500指数也获得持续上扬。截至8月底，今年以来上证综指和沪深300指数涨幅分别为4.78%、0.35%，而中证500指数则获得15.64%的涨幅。受此影响，跟踪中证500指数的分级基金亦表现抢眼。WIND数据统计，截至8月29日，今年以来纳入统计的13只股票基金激进份额中，前2名分别为信诚中证500B和工银瑞信中证500B，其中工银瑞信中证500B总收益率为20.64%，最近一年、最近两年分别以23.71%、49.76%的总收益排名同类榜眼。（刘夏村）

凯旋创投周志雄：

投资风向偏技术专利型

美元基金凯旋创投创始人周志雄日前在投中集团举办的“2014年中国投资年会·深圳”会上表示，国内创投环境和投资重点正在打破已有框架，从美元投资为主的移动互联网项目上可以看出，如今对外投资正从资源性向技术性转移，虽然技术专利没有直接盈利价值，但潜力巨大。而投资市场和环境也越来越成熟。

周志雄说，这一年创投环境和投资重点在打破原有框架，投资以公司的盈利能力为主。从美元投资为主移动互联网项目可以看出，项目估值都在20亿~40亿美元，很多的公司其实没有清晰的盈利模式，这方面引起大家非常多关注。中国前两年对外投资都是资源性的，但是最近一两年开始投技术、甚至投专利。虽然专利没有直接的盈利价值，但潜在价值很大，也代表整个投资市场和投资环境越来越成熟。（张洁）

中行下半年将严控风险 择机发行优先股

□本报记者 高改芳 上海报道

9月4日，在上海证券交易所举办的2014年度中期业绩说明会上，中行副行长张金良介绍，今年中行申请在境内发行规模不超过320亿元、境外非公开发行规模不超过65亿美元或等值外币的优先股。中国银行风险管理部总经理刘坚东介绍，下半年中行将加强信贷组合管理，尤其是加强房地产、地方融资平台和产能过剩行业表内外贷款的全口径信贷风险管控。

加强风险管理

刘坚东介绍，6月底中行不良贷款总额859亿元，比上月末增加126亿元。不良贷款率1.02%，上升0.06个百分点。从行业上看，新发生不良贷款主要集中在制造业、批发零售和交通运输业等周期行业，比如钢铁、航运，以及一些中小企业。从地区上看，新发生不良贷款主要集中在外向型经济主导的沿海地区。据悉，上半年境内机构化解不良资产270亿元，较去年同期增加92亿元。

下半年中行将从以下几个方面着手，控制信贷资产质量：继续加强主动风险管理，强化风险研判，做好风险排查，及时锁定高风险的领域和高风险的客户，确保风险早发现、早处置、早化解；加强信贷组合管理，尤其是加强房地产、政府融资平台和产能过剩行业表内外贷款的全口径信贷风险管控；进一步完善贷后管理，提高贷后管理的专业性，以及风险预警的能力，进一步加强表内外授信押品

和担保的管理，加强对授信押品的价值重估，发现押品价值无法覆盖风险的，努力做好增信工作；综合利用多种催收手段努力快速化解不良，尤其是利用市场化手段处置不良资产，提高回收率。

今年拟发行优先股

截至6月末，中行高级方法下资本充足率、核心一级资本充足率分别为12.41%、10.11%，较权重法分别提升了0.63个百分点和0.75个百分点。张金良表示，按照中行董事会及股东大会审议通过的2013~2016年资本规划，中行2013年至2016年集团资本充足率目标为11.5%。未来中行将继续坚持“内部积累为主，外部补充为辅”的原则，持续优化表内外资产结构，引导全行强化

资本约束意识，同时也积极探索多渠道资本补充方式，努力推进新型资本工具发行工作。

中行董事会及股东大会审议通过境内外非公开发行总额不超过等值人民币1,000亿元优先股的议案。其中，申请在境内非公开发行不超过600亿元优先股，其中2014年内发行规模不超过320亿元。张金良表示，待得到相关监管机构的正式批复后，中行将择机完成优先股发行工作。具体发行规模根据发行时的实际情况确定。

张金良还介绍，下一步中行将密切跟踪自贸区建设进程，加快打造五大平台，提高综合服务能力。这五个平台是全球现金管理平台、大宗商品交易及融资平台、跨境投融资与并购平台、资产管理业务平台及资金交易业务平台。

南方中证500ETF及其联接基金业绩居前

□本报记者 张昊

南方中证500ETF（510500）2014半年报显示，除联接基金外，中央汇金投资有限责任公司成为该基金第一大持有人，持有份额达到5.72亿份，占比达到12.58%。若按照该基金6月30日1.089元/份均价计算，汇金持有市值达6.2亿元左右，而在去年年底汇金持有份额只有

1.68亿份。

业内分析人士表示，汇金上半年对南方中证500ETF的加仓，主要原因是该基金是跟踪该指数的指基中规模最大的一只，且具有资产配置稳定性好的优势。与此同时增持500ETF指基，显示出汇金对成长股的一种看好态度。

Wind数据显示，南方中证500ETF及其

联接基金的业绩喜人。截至9月2日，南方中证500ETF及其联接基金最近三个月分别上涨20.04%、18.99%，在205只同类产品中排名第三、第九。随着经济复苏进程的推进和我国经济增长方式的转变，中证500指数的成长性会更加彰显，南方中证500ETF有较高投资价值。

南方基金表示，中证500指基行业分布均

匀，成长性好。中证500指数综合反映了沪深证券市场内小市值公司的整体状况，其成分股覆盖了除银行之外的27个申万一级行业，行业覆盖范围广泛，且各行业的成分股市值分布较为均匀。其前三大行业市值占比和前五大行业市值占比分别为25.96%和37.96%。此外，该指数覆盖的行业中不乏医药生物、电子、计算机、传媒、机械设备等新兴产业。

零售战略转型初现成效 中信银行各条线迎来丰收

公司金融业务一直是中信银行的强项，而零售业务则相对薄弱。2013年起，中信银行推出了“零售战略转型”。进入2014年，中信银行零售业务“出招”明显加快。通过构建多层次零售业务体系，紧紧抓住大众个人客户置业、理财等各种需求；在小微金融方面推出了小企业金融、68家专业支行的改造计划等，以“信贷工厂”的模式打造中信银行小微金融服务体系；在财富管理和私人银行业务方面推出更加符合市场定位的全新品牌和服务。

中报显示，上半年，该行个人客户数量达4,169万人，比上月末增长8.34%；个人存款余额5,483.52亿元，比上月末增长17.61%；个人贷款余额4,779.59亿元，比上月末增长12.16%；个人客户管理资产达到9,072.42亿元，比上月末增长25.13%。报告期内，该行实现零售金融营业收入107.70亿元，占全行营业收入的18.12%；其中，非利息收入43.13亿元，同比增长53.65%。

从以上数据可以看出，该行2014年上半年零售银行业务增长较快，个人存款稳步提升，零售客户规模显著扩大，中高端客户占比持续上升，消费贷款投放响应市场需求快速增长，理财及代理销售增长势头迅猛，零售银行收入大幅增长，全行占比逐步提升。零售战略转型已初现成效。

大消费“寻宝”推动个人业务大发展

消费金融是中信银行战略转型的重点领域。今年上半年，该行以规模、效益、质量和客户经营协调发展为目标，进一步完善产品体系，拓展合作渠道，根据客户风险特征提供差异化贷款服务，在提高贷款产品获客能力的同时，强化客户的持续经营工作。

中报显示，中信银行消费金融贷款余额3,025.21亿元，比上月末增加369.23亿元，增长13.90%。报告期内，新发放消费金融贷款668.4亿元，同比多增加128.82亿元，同比增长23.86%。

中信银行消费金融中信相关负责人表示，中信将以家庭财产为核心来盘活客户的资产，以此来吸引客户。具体模式为，中信将依据客户财产给客户综合授信，可以在授信范围内进行购房、购车、购买建材、装修、购买家具、教育、留学、旅游等一系列消费贷款。

近日，中信银行与链家地产签署战略合作协议，这是中信银行继易居中国、我爱我家之后再次与房地产服务商联手。双方约定，今后将通过资源整合、渠道共享，开展包括零售金融产品和公司金融产品在内的全面合作。借助中信的

金融平台及链家的交易平台，双方客户可同时享受房地产专业服务及特色金融服务。

中信银行相关负责人透露，今年下半年以来，中信银行已经针对家庭购买首套住房的贷款需求进一步扩大信贷规模。事实上，2013年中信银行成立消费金融部以来，围绕住房这个中国家庭消费的最大支出，中信银行已经先后推出了房抵贷、赎楼贷等融资产品。

中信银行2014年中报显示，该行信用卡交易量同比大幅上升。中信银行信用卡已累计发卡2,245.98万张，新增发卡168.03万张，同比增长1.77%；报告期内，信用卡交易量2,647.80亿元，同比增长31.85%；实现信用卡业务收入60.11亿元，同比增长55.49%。

笔者发现，经过近10年发展，中信银行信用卡业务各项业务指标均位居股份制银行前列，在国内以最短时间和最少资本投入实现了信用卡业务盈利。尤其是积极探索移动互联网及大数据时代下信用卡业务的新经营模式，持续推动产品创新，优化客户结构，不断扩大该行信用卡品牌的影响力。

今年上半年，中信银行继续升级高端卡权益体系，在市场保持领先优势，推出顶级信用卡“中信银联钻石信用卡”及业内首张手游主题“摩力摩尔联名卡”，完成“7张航空联名卡+2张商旅联名卡+1张酒店联名卡”的商旅产品体系布局，与家乐福合作推进社区金融，零售金融业务联动再次升级。

中信银行同期还推出“悦享金”、“信金宝(Data)”等产品，创新推出网上银行、微信、上行短信等电子渠道，为分期业务良性可持续发展创造了有利条件。

目前，中信银行已与三大互联网巨头腾讯、阿里、百度深入开展联名卡合作，开发新产品并升级现有产品，积极落实网络客群结构调整，希望通过与联盟及外部渠道进行大数据合作，精准锁定目标客群，进一步降低信用卡不良风险。

“薪金煲”规模突破100亿元

中信银行在互联网金融方面继续“先人一步”，除了成为“余额宝”资金托管银行之外，中信银行积极吸收“余额宝”类产品所长，结合银行账户和支付优势，推出“货币基金3.0时代”产品——“薪金煲”。

客户可通过中信银行全国网点或者网上银行签约开通“薪金煲”业务，选择关联“信诚薪金宝”、“嘉实薪金宝”、“华夏薪金宝”或“南方薪金宝”四只货币基金中任意一只。在设定卡内最低余额之后，超出部分将自动申购上述货币基金，实现余额理财。而在需要现金时，客户

无需做赎回操作，可直接实现ATM取现、POS机刷卡消费和转账等功能。中信银行“薪金煲”业务可以实现全自动理财和支付功能。

对于客户来说，签约“薪金煲”业务后，基金份额可以随时支付和取现。凭借这一功能，客户不再担心资金赎回的时间问题，更是省去了繁琐的赎回操作，真正实现了随时理财、随时支付的完美体验。

“余额理财是一种兼顾收益和便利性的理财服务，薪金煲业务帮助客户在享受货币基金‘现金式’流动性的前提下，力争获得稳定的收益回报，因此得到了客户的认同”，中信银行相关负责人表示，“希望越来越多的客户通过签约薪金煲，感受到其特有的便利性和实用性。”

笔者了解到，截至8月14日，中信银行薪金煲业务规模达到100.07亿元，签约客户29.11万户，其中新客户11.19万户，占比38.46%；签约客户管理资产总额629.04亿元；旗下拥有嘉实、信诚、华夏、南方四只货币基金。

中信银行相关负责人透露，中信银行正在对薪金煲业务功能进行优化，未来客户还可以享受到更多便利服务。

“信贷工厂”模式打造小微金融新格局

中信银行并非国内最早涉足小微金融领域的商业银行，2009年总行才成立小企业金融专营部门，但经过五年探索，中信银行已经建立了具有中国特色的小型企业专业化服务体系，为小微企业的发展“雪中送炭”。

中信银行中报显示，今年上半年，中信银行小企业金融贷款余额1,288.45亿元，比上月末增加116.92亿元，增长9.98%；小企业金融客户共计31,308户，较上月末增加3,687户，户均贷款余额412万元。

中信小企业金融面向“一链两圈三集群”的小微企业客户，紧紧围绕“衣、食、住、行”等民生消费和服务领域，重点锁定弱周期、经营稳定、易批量风控的特色行业商品交易市场、核心企业上下游和园区类优质小微企业，形成以“批量营销、集群授信、个体审批”为内涵的小企业金融业务模式。

笔者发现，按照小企业金融业务“小微化、零售化”的发展目标，中信银行进一步推动小微企业特色支行、小微支行等机构建设，搭建市场、商会、园区、供应链等营销渠道批量获取优质小微企业客户，通过标准化产品体系建设带动对小微企业优质高效的综合金融服务。该行按照“信贷工厂”模式探索对小微业务流程进行系统化改造，重点开发小企业打分卡，形成集约化的一站式业务处理和风控平台，有效提升

业务效率。

2014年开始，中信银行利用信捷贷、助房贷、POS贷、商户贷、幸福乐业卡等一系列基础产品，同时结合零售银行、财富管理和消费金融等产品，为小微企业客户提供全方位综合性金融服务。

理财业务为客户实现百亿收益

近年来，随着居民财富的不断累积，居民对于个人理财服务的需求也变得越来越迫切。个人理财业务以其专业的服务，较低的风险和较高的收益已经受到国内外商业银行的高度重视，并逐渐成为商业银行重要的利润增长点。

中信银行中报显示，截至今年6月末，中信银行理财产品存续规模5,455.24亿元，比上月末增加1,186.83亿元，增长27.81%。报告期内，本行理财业务实现非利息收入20.03亿元（含银行理财产品、代销基金、券商、保险、信托产品），同比增加9.24亿元，增长85.66%。

近日普益财富发布2014年第二季度银行理财能力排名报告，在全国性商业银行理财产品丰富性排名中，中信银行排名第1位。

在理财产品丰富性项目的子项目评选中，中信银行在投资起点类型和收益类型的评选中得分最高，在投资币种、投资对象、投资期限等其他子项目上，中信银行也均有较为突出的表现，总分合计排名第一。

笔者发现，中信银行目前理财产品整体风格稳健，中等风险及以下产品存量占比90%以上；80%以上为中长期产品，符合监管对资产管理业务在产品期限方面的要求；75%以上资金投向实体经济，积极支持符合国家产业政策的债权类直接融资；风险控制严格，今年上半年940只到期产品全部按约定兑付；中信银行理财服务的多样性及不断成长的潜力，满足了客户不同层次的财富管理需求，为客户实现收益100.07亿元。

在银行理财蓬勃发展的同时，银行理财回归资产管理本源的