



CFP图片
制图/王力

移动理财入口战升级 基金销售生态再演变

□本报记者 黄淑慧

理财平台之争硝烟四起

8月15日凌晨，微众银行APP悄然上线，除了支持绑定工资卡立即理财、还房贷以及本人名下的微众卡和银行卡之间的转账外，在理财页面，着重推了“活期+”、“定期+”以及6只股票基金。“活期+”对接的是国金通用基金旗下货币基金，其最近7日年化收益率为5.42%；“定期+”则提供了一款由太平养老保险提供的“众享太平90”封闭式非保本型产品，投资期限为91天，预期年化收益率为7%。

仅仅相隔3天时间，蚂蚁金服于8月18日推出了全新的一站式移动理财平台——蚂蚁聚宝，这是在支付宝以外，蚂蚁金服首次发布新的独立应用。蚂蚁聚宝在1.0版本里，集合余额宝、招财宝和基金等三种理财类型，通过一个账号打通。与此同时，蚂蚁聚宝还与第一财经、纳斯达克交易所等机构合作，为用户提供包括A股、港股、美股在内的精选资讯，未来，蚂蚁聚宝还将支持通过余额宝购买股票、众筹等功能。

蚂蚁聚宝发布后，业内人士立刻注意到，余额宝、招财宝都是原有业务，而证券业务目前还只是在计划中，所以此次上线其最大的亮点在于强化了基金功能。据蚂蚁金服财富事业群总裁袁雷鸣介绍，通过蚂蚁金服控股的数米基金网，有80家主流基金公司入驻蚂蚁聚宝，首批接入的基金数量超过900只。随着沪港基金互认开通，蚂蚁聚宝未来有希望接入香港基金公司，届时，基金品种将涵盖香港、美国及亚太地区的股市。

就在蚂蚁聚宝上线同一日，京东金融三款业内首创理财产品同时发布，分别为一站式智能投资组合产品“智投”、“众筹型”理财产品“众投理财”以及理财+消费的全新购物方式“白拿”。同时，京东金融宣布，京东金融APP3.0将于近期改版上线，首次提出大数据理财和社交理财战略，新版栏目将做出重大调整。

业内人士分析，从目前各家企业的动作来看，一站式理财平台入口正在成为互联网金融巨头们强势介入的重要战场，各家都不断携巨大流量推出各种理财终端。随着竞争的加剧，各家参与者的竞争边界已经越发模糊。各家企业在巩固自身原有业务的同时，也正在逐步将触角伸到对手们的传统优势地界。比如微众银行APP此次较大的亮点在于其“活期+”对接了一款当前7日年化收益率远超行业平均水平的货币市场基金。类似的例子还包括此前以固定收益类产品见长的平安旗下陆金所上线基金频道，而在公募基金销售上的东方财富也已

8月，随着微众银行、蚂蚁聚宝两大重磅APP一前一后上线，移动理财入口之战再度升级。而在各大互联网巨头的对阵角力中，标准化程度较高的基金产品再度成为其重兵争夺对象。蚂蚁聚宝和微众银行目前都打出了基金申购费为0的优惠政策，蚂蚁聚宝更是对于基金赎回全面实现T+1到账，这相对行业平均T+3的到账时间大为缩短。

在一些业内人士看来，基金零申购费和赎回实现T+1到账，给整个基金行业带来了较大的震动，这些“杀手锏”甚至有可能重建行业标准，预期也将对基金业渠道生态和格局产生一定的影响。

经将销售品类由公募基金扩展到私募基金、银行理财产品等多种产品类别。

Analysys易观智库数据显示，2015年第一季度，中国移动互联网用户规模达到7.4亿人，同比增长10.27%，已经超过PC用户规模，移动互联网已成为网民上网的主要方式。而理财平台类APP异军突起，用户表现异常活跃，这在垂直细分领域实属难得，这也意味着，在金融理财领域，继支付和股票这两大应用后，手机理财也成为用户使用手机的一种新常态。

T+1赎回冲击波

对于基金理财，蚂蚁聚宝和微众银行都打出了上线推广期申购费为0的优惠政策。对比目前第三方基金销售机构中通行的“4折”优惠或者0.6%的申购费率，腾讯和阿里两大互联网巨头如此大手笔，直接将申购费率砍至零，立刻引发了业界的关注。

有业内观察人士指出，自基金第三方销售小有气候以来，0.6%的申购费率逐渐成为行业的默契。在进行一些阶段性的促销，或者推出

针对部分产品优惠之时，一些销售机构会将申购费率降至更低，但多数情况下0.6%是这个行业通行的收费标准。不过，随着互联网金融竞争的加剧，这一行业默契也屡屡遭到挑战。

此前平安旗下陆金所上线基金频道，申购费就打到了2折，这一优惠目前还在持续，不过其目前只覆盖了易方达和汇添富两家基金公司旗下的22只产品。而这次蚂蚁聚宝给行业带来的冲击显然更大，因为其将零费率政策大面积扩散到了超过900只基金。

多家基金第三方销售机构表示注意到了来自巨头的挑战，其中有机构表示也会考虑调低自己的申购费率。不过，也有业内人士透露，蚂蚁聚宝零费率激起了一些同业的不满，可能会引发监管层的关注，能持续多长时间还存在变数。

更为值得注意的是，相对于优惠期零申购费，蚂蚁聚宝带来的更具爆炸力的消息是，在基金赎回时可以实现T+1到账，且卖出资金不闲置，将直接转入余额宝。一位基金业内人士指出，目前通过互联网平台销售的货币实现了一定额度内的T+0赎回，普通权益类基金赎回一般需要T+3日才能到账。因此当蚂蚁聚宝携“赎回T+1到账”这一利器杀入江湖时，给行业带来的震动是可想而知的，甚至就此行业标准都可能被改写。

有观察人士分析，为什么就蚂蚁聚宝能做到T+1？一方面，这像余额宝即时到账那样需要垫资，需要承担成本；另一方面，也有赖基金销售系统IT上的巨大改进。而在后者上，与天弘基金、恒生电子关系密切的蚂蚁金服，相较普通第三方平台，自然有着先天的优势。

根据证监会公布的名录，除银行、券商、保险等传统机构外，截至7月，具有公募基金销售牌照的还有6家证券投资咨询机构和58家独立基金销售机构。

业内人士表示，对于这其中绝大多数竞争参与者而言，赎回T+1到账或许是不可复制的，起码是不能轻易复制的。一方面，当销售规模达到一定程度，所需垫资规模也将是惊人的，这对销售平台的资金实力要求甚高；另一方面，IT系统的改进也是知易行难。

或重塑基金销售生态

也正因为“零申购费”和“T+1赎回”所带来的巨大冲击波，一些业内人士认为，基金销售行业的标准都可能因此被重写，进而对基金业销售渠道生态产生重大影响，甚至带来行业格局的洗牌。

对此，有观察言论指出，在货币基金领域，余额宝在一年内改变了行业规则。这次蚂蚁金

服还是利用了之前吊打传统金融机构的方法，携技术优势、用户规模和免费策略，这将让在线基金销售行业的洗牌效应更加明显。

此前，阿里虽然早就以“基金淘宝店”的方式切入基金销售领域，但由于淘宝用户与基金投资者之间并不十分匹配，各家基金公司淘宝店的销量可谓乏善可陈。但是，在蚂蚁金服入主数米基金网之后，行业已经预感到了大战一触即发的信号。

今年4月，数米基金网进行增资扩股，蚂蚁金服以1.99亿人民币为交易对价，获得了增资后的数米60.80%股权，而蚂蚁金服间接持股20.62%的恒生电子持有数米24.10%的股份。作为较早获得公募基金销售牌照的第三方机构，数米于2012年年中即开展公募销售业务，其销售体量虽远不及这一领域的龙头东方财富旗下的天天基金网，但也处在行业领军阵营。据了解，其今年上半年的基金销量约在600亿左右。

在一些业内人士看来，面对蚂蚁金服的“降维攻击”，基金销售行业中的小公司生存境地固然将更为艰难，甚至东方财富在基金销售这一传统优势领域的地位，也可能遭遇较大挑战。数据显示，凭借强大的网站流量，基金销售已取代互联网资讯业务成为东方财富的主要收入来源。今年上半年，互联网金融平台基金销售突破4000亿元，业务收入同比增长1300%。

不过，另外一部分公募基金行业人士也指出，蚂蚁聚宝虽祭出了零申购费、赎回T+1到账两大利器，但却未得“天时”之机。自6月中旬A股市场深幅调整以来，基金销售已经迅速降温，基础市场的配合度大为削弱。蚂蚁聚宝已经错过了上半年大牛市中基民速成的好时期，如果早半年推出此系统，那么借助大牛市的赚钱效应和口碑传播效果，情况可能会大为不同。

与此同时，一家第三方销售机构高管也指出，互联网金融是一个同时具有频次高和复杂性特征的领域，考虑到金融产品的复杂性，这个行业很难被赢家通吃。对于货币市场基金、固定收益类产品等同质化程度较高且大众较为容易理解的产品，低费率、便捷性的确是招揽客户，在这些领域大平台的优势毋庸置疑。但对于较为复杂的偏股型基金，乃至策略更为复杂的产品，低费率、高效率并不能击中投资者真正的“痛点”，销售机构的研究能力仍然能发挥相当的作用。

从目前蚂蚁金服的思路来看，其将蚂蚁聚宝更多定位于平台，对基金产品重介绍轻推介，并不是十分重视自身的研究能力和产品筛选能力。