

# 全额宝 PK 娱乐宝 互联网理财烽烟再起

■ 本报 王红英 报道

3月25日晚,微信理财通的第二款产品全额宝正式上线,该产品由汇添富基金提供,最近七日的年化收益率为6.34%。

紧接着,3月26日,阿里巴巴数字娱乐事业群宣布推出“娱乐宝”理财产品。娱乐宝预期年化收益率将达到7%。据称,娱乐宝将立足于手机淘宝,通过向消费者发售影视游戏等产品进行融资,所融资金配置为部分信托计划,最终投向阿里娱乐旗下的文化产业。

腾讯微信当天推出全额宝,阿里巴巴第二天就推出娱乐宝,不难看出,这是继“打车之争”之后,腾讯和阿里的再次PK。只不过这次PK又转为“宝宝之争”。“二马”在互联网理财领域的大战再次升级,对于投资者来说,在互联网理财方面又增加了新的选择。”网友纷纷表示,微信理财通的新品收益率极具诱惑,而阿里跨界推出的文化类新“宝宝”娱乐宝则更赋予了投资娱乐化的意味,除让粉丝花小钱就能参与到整个影视项目的制作环节之外,还能额外享受到预计7%的年化收益。

## 娱乐宝:100元就能投资电影

3月26日,阿里巴巴数字娱乐事业群发布娱乐宝平台,网民出资100元即可投资热门影视剧作品,预期年化收益7%。具体来说,就是网民可以通过娱乐宝平台购买某寿险公司的保险理财产品后,资金将采取合法合规的方式投向文化产业,获取投资收益。

这意味着,普通网民将有机会通过娱乐宝参与到影视娱乐投资中,过一把“投资人”的瘾,成为众多娱乐明星的“老板”。

据了解,首批登陆娱乐宝的文化产业投资一共有4个项目,总投资额为7300万元。其中,影视剧项目的投资额为100元/份,游戏项目的投资额为50元/份,每个项目每人限购两份。网民可以在手机淘宝中的预约页面,“投资”感兴趣的项目。

首批登陆娱乐宝的投资项目分别为:郭敬明导演的《小时代3》、《小时代4》;冯绍峰、袁晓等人主演的电影《狼图腾》;孙周导演的《非法操作》;全球首款明星主题的大型社交游戏《魔法学院》。此外,投资者还有机会享受跟主演明星见面、获得电影首映门票等娱乐权益,可参与同演员、制片人沟通,对电影故事有所影响等。

据悉,由著名导演高希希执导,武汉美女刘亦菲、韩国男星Rain主演的新片《露水红颜》,将登陆下一期“娱乐宝”,供网友投资。高希希表示自己参与这个合作是“为了让更多观众投入到电影里,形成全民娱乐”,至于潜在的投资风险,他也承认,“既然是投资,风险就必然存在。”

据报道,截至26日18时,预约页面显示已经有16万人成功预约,并且这一数字还在快速增多。



除了能过把影视投资人的瘾,娱乐宝声称的7%的预期年化收益率也吸引投资者眼球。不过也有投资者质疑,收益率高达7%的娱乐宝靠谱吗?业内人士指出,娱乐宝对接的是国华人寿旗下“国华华瑞1号终身寿险A款”的投资连结型保险产品。这是一种于保险与投资功能于一身的新险种,设有保证收益帐户、发展帐户和基金帐户等多个帐户。每个帐户的投资组合不同,收益率就不同,投资风险也不同。由于投资帐户不承担投资回报,保险公司在收取资产管理费后,将所有的投资收益和投资损失由客户承担。

据报道,一位知情人士表示,这只投连险产品投向的是一个信托项目,娱乐宝仅募集7300万资金,只占该信托项目资金的一小部分,这个信托项目将通过债权融资计划形式投资电影。也就是说,阿里巴巴筹集网络资金,通过“投连险—信托—电影”的方式将资金“融”给电影相关制作方。上述知情人士表示,为了保障资金安全,还通过商业银行出具保本保息的保证函,如果项目出现违约,商业银行将代替电影企业履行还款义务。

也就是说,阿里巴巴筹集网民资金,通过“投连险—信托—电影”的方式将资金“融”给电影相关制作方。

“娱乐宝实际上是一种通过保险产品作为产品包装方式,以规避信托产品投资门槛的限制,并且获得较高的投资收益回报,加上利用了投资电影的趣味性,容易吸引关注。”一位保险业内人士表示,一般来说,信托产品收益率相对较高,但投资门槛通常百万起。而“娱乐宝”这种模式就较好地避免了信托高投资门槛的问题,100元即可购买。

另外,一些业内人士也比较好娱乐宝7%的收益。“阿里选的这四个影视项目在行业里都是不错的项目,收益达到7%应该问题不大。”影视投资人谭飞表示。而电影营销机构艾漫的数据分析师杨峰也认为,通过此

前对市场的分析,娱乐宝7%的收益应该比较靠谱。

“一旦成为影片的投資人,就会格外关注这部影片,去电影院看这部电影的机会也会大增。”杨峰表示,这将带来一个全新的电影发行、营销时代,一个全新的粉丝经济。谭飞也认为,娱乐宝有利于制片方和观众形成真实的互动,网民的意见将直接影响影片的剧本、主演等。

此外,娱乐宝也给制片商一个全新的融资选择。目前,国内提供拍摄资金的正规公司只有中影、博纳、万达、华谊等寥寥数家,很多中小电影制片商很难获得资金支持。“通过娱乐宝,观众今后可以‘用钱投票’,帮助更多的影视黑马突出重围。”阿里巴巴数字娱乐业务总裁刘春宁表示,互联网创新对文化产业的影响,不再只停留在“卖几张电影票”的阶段,而是深入到投资、内容制作等环节。娱乐宝将颠覆现有的影视投资模式,打破“精英门槛”,让网民一起参与到中国文化产业的建设中来。

据悉,除了电影、游戏外,娱乐宝后期还将增加电视剧、演唱会等多种项目形式。

## 全额宝:单日最高收益

3月25日晚,汇添富旗下货币基金全额宝在微信理财通平台低调上线,成为继华夏财富宝之后又一只登陆该平台的基金产品。上线首日,全额宝的7日年化收益显示为6.405%,当天余额宝收益为5.496%,该数值超出目前市场上同类产品。

不过,需要注意的是在微信理财通主界面是无法看到这款产品的,需要点击右上角的“查看全部基金”按钮之后才能看到。截至目前,微信理财通共提供了两款基金,分别是华夏基金财富宝和汇添富基金全额宝,前者最近7日年化收益率为5.5060%,后者则是6.3430%。

这是微信理财通在互联网理财领域的又一创新。1月16日,理财通正式与微信的6亿用户见面,首只对接的基金华夏财富宝上线短短两个月时间,规模增长50倍达到500多亿元,市场号召力丝毫不输给去年6月刚推出时的余额宝。

作为马云最为忌惮的竞争对手,微信理财通挟移动互联网的大势强力来袭。而第二只基金汇添富全额宝的来袭,则将使战火燃烧得更加激烈。

为何全额宝会有如此之高的收益?微信方面解释,全额宝成立时恰逢协议存款利率高点,因此拿到了不少较长期限的高收益的协议存款,使得全额宝自成立以来的平均7日年化收益达到了6.355%。此外,全额宝还以一定比例投资了债券,2013年底至今,债券市场有一波不错的走势,一些债券的收益将陆续兑现,为全额宝贡献了一些收益。

实际上,随着近期货币基金收益明显下滑,全额宝也受到了一定影响,收益最低的一天当日年化为5.8%。而随着近期部分债券的集中到期以及银行间市场的回升,全额宝的最近7日年化收益又回升至6.34%的水平。另外,以财付通现有的两家基金公司产品进行比较,华夏基金财富宝的万份收益为1.4677元,而全额宝则为1.4876元。

微信方面进一步表示,理财通一开始就是想打造开放式的理财平台,一开始谈的就是首批四家基金公司,因为基金公司复杂性不一样,系统对接和调试的进度有所不同,所以上线时间有先后。另外两家公司的产品也会陆续上线。

另外,与余额宝“屌丝理财”不同的是,全额宝则背靠汇添富基金专业投研能力,凭借在资产管理丰富经验以及互联网的基础优势,吸引了更多高端理财客户,全额宝IPO时单笔最高金额为625万。

有业内人士指出,全额宝的收益,很大一部分原因在于其“根正苗红”的出身。在基

金行业内,汇添富在固定收益产品和电商能力这两个领域一直具有较为明显的优势。而全额宝恰恰是专为互联网定制的固收产品,由从业经验丰富的明星基金经理掌管。在发行之际,就曾创下30个小时销售近6亿的纪录,这一销售业绩超过了去年双十一淘宝店的销售冠军业绩。而全额宝也不负众望,成立首日便交出了6.967%的收益业绩。

## 专家:投资者应理性选择

自去年6月余额宝横空出世以来,如今网上已经遍地都是各种“宝”,活期宝、全额宝等各种互联网金融产品层出不穷。据统计,2013至2014年,几乎在一夜之间,货币基金就成为了理财市场的宠儿,不断刷新互联网金融市场的热度。

面对乱花渐欲迷人眼的宝宝们,应该选择哪个产品成为大家共同的疑问。事实上,尽管背后绑定的同样都是货币基金,猛一看各产品似乎如出一辙,但除了收益的区别,“宝宝们”还在细节方面存在不同,细节所导致的差异可能比收益更值得投资者关注。

比如,考验购买的过程是否方便,考验购买后使用是否方便,除了基本的转账到银行卡,还包括对于生活的渗透力,比如能不能用于购物支付,能不能向银行实时转账,能不能缴纳水电煤气费等。

同时,有专家表示,基金的好与坏实际上是综合比拼,单纯比收益可能会抓眼球,但作为投资者,还需要均衡选择。对于普通投资者来说,不宜将所有闲置资金放置在“这一个篮子里”。要有资金长短配置的意识,目前一些商业银行在季末发行的中长期理财产品,预期收益率也逼近7%,对于有长期闲置资金的客户来说,可以考虑进行适当配置。

另外,业内人士表示,全额宝和娱乐宝的登陆,会对现有“宝宝”产生潜在的分流和影响。对于投资者的迁移行为,一些基金公司人士认为,很可能得不偿失。“买一万块钱不过多赚0.02元,且今天赎回了就连那1.46元都没有,你真的还要赎回吗?”北京一基金公司人士表示。

如投资者今天选择即时到账赎回A即买入B,今日将不再享有A的收益,并且赎回15时交易时间结束前买入B,资金也要从隔天才能计算收益;如果是15时以后再买入B,那会损失两天的收益;而如果投资者做这个操作的时候恰巧是周五,由于周六、周日非交易日,即使抢在15时前买入,也要到周一才能确认,那将损失三天的收益。

综合各家“宝宝”目前的运作规则来看,投资者在“宝”之间转换,至少会损失掉一天的收益。

综上所述,尽管宝宝们各有所长,但无论如何,宝宝们的到来正在改变传统的现金管理格局。为了吸引更多的客户,宝宝们在效率、额度以及收益率上各个方向展开了PK,投资者在这其中获得了最大的收益。

# 金融产品屡次“失约” 京东获客能力存疑

■ 白晶 报道

随着多个电商、传统金融机构以及互联网企业相继入局,互联网金融竞争日趋白热化。号称中国自营电商老大的京东商城赶在2013年的尾巴宣布正式布局互联网金融,并为此成立了从成本核算到业务运营完全独立的京东金融集团。

## 涉足金融并不晚

3月24日,京东的个人用户没有等来传说中预期收益率高达10%的爆款基金,倒是在京东主页面一个不起眼的位置发现了京东金融针对理财服务展开的一项调查问卷。

京东金融是京东为发展金融事业于2013年7月独立出来的业务部门。该部门携手基金公司等部分合作机构在3月7日举行了一个盛大的媒体见面会,会上隆重介绍了京东金融战略布局,同时预告一款名为“小金库”的线上理财产品11日上线。据称,“小金库”首批对接嘉实基金和鹏华基金两只货币基金。作为类余额宝产品,“小金库”预期收益率成为媒体关心话题,出席记者会的京东金融高层却对此三缄其口。

随后“小金库”并未如期上线,原定3月18日上线的独立第三方支付方案“网银钱包”的移动版也不见踪影。一位业内人士向记者指出,京东金融一再“失约”以及还未推广即发布调查问卷试探消费者心理均说明,京东发展互联网金融仍面临巨大挑战,布局初期具体战略需要不断调整,尽管其是目前中国排名第一的自营电商。

按照京东自己的介绍,京东对金融业务

并不陌生,2012年6月就开始和银行、相关金融机构接洽,系统性布局供应链金融。更早之前,京东已经介入金融业务,例如,与建行合作资产保理计划。

2013年京东将金融事业独立出来,成立京东金融集团,并将业务板块确定为四大类,分别是解决基础支付服务的网银在线、针对企业用户的供应链金融、针对个人用户的消费金融和满足消费者理财需求的平台业务。

此后,京东金融的发展路径清晰可见:2013年10月开放平台业务;2013年12月6日上线供应链金融产品“京宝贝”;2014年2月13日展开消费信贷产品“京东白条”公测;紧接着3月7日推出独立的第三方支付手段“网银钱包”PC版和宣布互联网理财计划“小金库”即将上线。

电商观察人士龚文祥告诉记者,京宝贝、京东白条、网银钱包、小金库这四个产品从逻辑上看是相辅相成的,共同构成了京东服务体系。“网银钱包是实现各种金融产品功能的基础金融账户,基于这个底层账户,‘小金库’、‘京东白条’,甚至‘京宝贝’都可以被整合打通起来,构成一个完整的场景。”

## 金融或成增长点

京东金融集团资金业务高级总监刘长宏透露,尽管京东很早就涉足金融产业,但一直没有明确是否要把金融业务隔离出来。2012年开始的针对上游供货商的供应链金融服务采取的是和银行合作,利用银行资金放贷,直到“京宝贝”和“京东白条”使用的才是京东的自有资金。是什么促使京东下决心独立发展金融事业?

业内分析人士认为,京东主营业务毛利提升空间有限,毛利率一直上不去或是主要因素。京东主营业务是零售业。公开资料显示,今天的京东由早期的3C家电垂直电商转型而来,自2008年起不断扩张品类,并在2010年开展平台业务。

但根据京东2月19日更新的招股书中提及的财务数据,货品对其加强盈利能力的帮助有限。3C家电销售额在京东交易总额(GMV)中的比重从2011年的80%逐步降至2012年的65.3%和2013年的63.5%,但在京东自营业务销售额中所占比重未见显著下降。2011、2012和2013年分别为87.0%、82.2%和81.9%。这三年京东对应的主营业务毛利率分别只有5.5%、8.4%和9.9%,作为对比,当当同期毛利率则分别有138.3%、139.5%和174.1%。

相反京东刚刚独立出去的金融业务却做得风生水起,尤其切入最早的供应链金融初具规模效应。上述京东招股书显示,京东2013年前三季度盈利0.6亿元,其实这只是账面上的盈利。京东2013年前三季度主营业务收入492.16亿元,同期运营成本495.32亿元,等于主营业务亏损3.16亿元,但其供应链金融产生了22.2亿元利息收入,加上政府补贴的1.65亿元,刚好实现了0.6亿元左右的盈利。

易观国际高级分析师张明认为,“互联网金融有助提升电商平台收入。一方面可以使电商平台类进一步扩展,如从实物品类拓展至毛利率更高的金融品类,增加保险理财业务,向着金融超市模式发展;另一方面围绕电商平台生态圈布局金融业务,为平台上的企业和个人提供更好的服务,对提升整个平台的用户黏性能起到积极作用。”

京东2013年财报显示,供应链金融累

计产生3.44亿利息收入,但成本仅0.08亿,毛利率高达97.67%。京东提供另一组数据也能佐证供应链金融乃至整个金融板块对京东未来盈利模式可能产生巨大贡献。

“京宝贝”2013年12月上线,当月融资金额超过3亿,2014年1月份放贷额更突破10亿,而据此前消息,行业标杆阿里小贷总放贷规模不过24亿。银监会规定,小贷机构放贷规模不得超过自有资本的50%。

尽管记者没有查到京东金融的资本信息,但由于“京宝贝”和“京东白条”业务全部来自自有资金,根据2013年财报,截至2013年四季度,京东拥有108.12亿元人民币的现金及现金等价物,此外还有一年期的92亿元银行循环授信额度。预计京东金融可操作的空间很大。

## 获客能力存疑

京东在上述招股书中描绘了一幅未来盈利的美好蓝图,而构成这幅蓝图的三大要素分别是O2O、互联网金融和国际化。O2O方面,京东走上渠道下沉路线,3月17日刚跟包括北上广在内的全国15个城市的上万家便利店签约。

此前唯一有例可循是与二线城市山西太原一家名不见经传本地连锁便利超市唐久进行O2O试点合作。相比阿里、腾讯和百度拼资本,大手笔收购拥有O2O资源入口的互联网企业,京东O2O显然还在起步阶段。国际化方面,京东早在2012年10月就推出了针对海外市场的英文网站,并表示2013年要在海外建图书馆仓库,但其2013年财报中并未体现这一成本费用。

有报道称,京东公开招股书后的首次路演场面非常冷清。上述业内人士向记者表示,资本市场的冷淡反映出京东描绘的盈利蓝图不够诱人。据称,未来盈利三大支柱中最有可能短期实现的是互联网金融。

对此,京东方面表现得信心十足。“以京东目前的体量和规模,已经可以给生态圈外的公司提供保理业务。”京东金融刘长宏在3月7日的记者会上如是说。保理业务是供应链金融的一种模式,“京宝贝”采取的就是这种业务模式。

但在贷邦创始人尹飞看来,京东目前不具备超过自己主业外的获客能力。年初京东发力互联网金融,除了一口气推出多款衍生金融产品,还亮出了自己的第三方支付工具“网银钱包”,旨在搭建一套完整的个人账户体系。这一模式似曾相识,外界纷纷将京东金融类比阿里巴巴的支付宝。

“京东金融走支付宝路线,最大的挑战在于支付宝已独立于淘宝体系之外,有直接向外获得客户的能力。比如某个人成为支付宝的用户,但完全存在这种可能性,这个人不在淘宝上买东西。我认为,即便京东上市了,京东金融在直接获客上也未必能成功。”尹飞还强调,京东头号电商的地位并不稳固,全力发展主营业务更重要。

3月10日,腾讯入股京东,电商格局陡变,也正是在这之后,京东金融的动作慢了下来。就此向京东方面求证,腾讯京东合作是否会对其自身的互联网金融战略产生实质性影响,但并没有得到正面回应。在京东理财的页面上,原本标着“3月24日”的爆款产品广告被改成了4月,京东会如期上线这款产品吗?