

互联网金融周年盘点



一年虽短，有时却足够产生历史性变革。2013 年夏天，余额宝横空出世，开启了互联网金融时代，中国金融业变革提速。如今一年已逝，回首往事有几多感慨？放眼未来，又有何种期许？7 月 1 日天弘基金披露了余额宝二季末规模数据，并将披露《余额宝运行一周年数据报告》。

截至 2014 年 6 月 30 日，余额宝规模达 5741.60 亿元，相较于一季度末，规模稳中有升，稳居国内最大、全球第 4 大货币基金。天弘基金公募资产的管理规模达到 5861.79 亿元，在所有基金公司中排名第一，这是在一季度规模首次问鼎行业第一之后，蝉联冠军。

余额宝收益恐破 4% 天弘基金规模环比增速回落

从余额宝规模数据看，余额宝二季末规模达到 2013 年末的 3 倍多。但是和今年一季末相比，增速出现大幅回落，但仍实现了 6% 的正增长。用户数也保持了持续增长，在二季度突破 1 亿关口。

在余额宝的收益逼近跌破 4% 的关口，依然取得规模 and 用户数的持续正增长。春节过后，余额宝收益率便不断下跌。6 月 30 日其 7 日年化收益率为 4.235%，市场人士分析其 8 月初或将跌破 4%。清华大学五道口金融学院院长、中国人民银行原副行长吴晓灵 6 月 29 日在首届新金融联盟峰会上也表示，余额宝已经没有太大的发展余地，“我认为余额宝已经基本上做到极致了”。

截至 2014 年 5 月 26 日，余额宝这一年为用户创收 118 亿元，客单量 5030 元，1 年累计申购 496 亿笔，累计赎回 810 亿笔。

增速降低、规模进入平稳发展期、为用户带来的累计收益节节增高，预示着余额宝业务进入成熟期，客户行为规律性很强。

报告显示，宝粉(余额宝用户)平均年龄上升到 29 岁，出现了小幅上扬；80 后、90 后用户占比合计 76%。客单量(人均持有金额) 5030 元，与 2013 年底的 4307 元相比，则出现了 17% 的提升。

江苏、广东、山东成为宝粉人数最多的省份，和 2013 年末相比，山东超越浙江成为第三名，一二名不变。重庆、上海、温州则成为宝粉最聚集的城市，高净值宝粉最多的地方则是浙江、江苏和上海三大省市，在北京市海淀区、上海市杨浦区、北京市朝阳区三大区域，在这里你最容易撞到土豪。

从盈利方面看，虽然二季度市场利率走低，截至 2014 年 5 月 26 日，余额宝运行一周年共为宝粉创收 118 亿元；而截至 2014 年一季末，该数字仅为 75 亿元。

同时，由于支持网购支付，余额宝一如既往地保持了旺盛的申购、赎回，1 周年内累计申购 496 亿笔，累计赎回 810 亿笔。

今年以来截至 6 月 30 日，天弘增利宝货币基金(余额宝) 万份收益总值达到 264 元。

不过天弘基金仅仅披露了部分数据，其真实的赎回压力还有待观察。一位银行人士透露，6 月中下旬余额宝是净赎回。但这一说法未得到证实。

万份收益总值 264 元

互联网的核心词汇是开放、共享、去中心化、平等、自由选择、普惠，而金融的特点是复杂、精英化、契约、严谨、风控，这两组截然相反的词汇能否有效融合在一起？余额宝的意义，在于以强势的魄力加速了一个时代的到来。中国人民大学金融与证券研究所所长吴晓求就表示，互联网金融在中国目前还处在初始状态，标准意义上的功能链完整的互联网金融还处在破壳之中。“支付宝的出现对于打破银行支付垄断、引入竞争机制具有重要意义，但其资金来源仍从属于商业银行的存贷款，显然是个约束。余额宝的核心贡献在于确立了余额资金的财富化，确立了市场化利率的大致刻度，有利于推动利率市场化进程。”

《余额宝运行一周年数据报告》显示，余额宝二季末规模达到 2013 年末的三倍多，和一季末相比也实现了 6% 的增长。余额宝用户人均拥有 5030 元，与 2013 年底的 4307 元相比提升了约 17%。在资金规模稳中有升的同时，余额宝用户数也保持了持续增长——二季度用户数一举突破 1 亿。

虽然二季度市场利率走低，但余额宝为用户赚钱的脚步根本停不下来。截至 5 月 26 日，余额宝共为用户创造收益 118 亿元，相当于请全国人民每人一份炸鸡和啤酒。今年上半年，余额宝万份收益总值达到 264 元，区间年化收益率 5.5%，依然远超活期存款。

下阶段将开辟余额宝新消费场景

余额宝上线一周年以来，一直都在开发不同的新玩法，希望给用户带去更多的额外价值。今年年初余额宝上线用户专享权益“零理财”，4、5 月期间联合中国联通、“中国电信推出了“0 元购机”活动；6 月余额宝“永不停彩”功能上线，只要用户在下单时选择

彩种、每期投注注数和倍数，系统每天将按定制方案从余额宝中自动扣除彩金，用户就可以“坐等”大奖上门。

在稳坐国内最大货币基金的位置后，余额宝下一阶段的重点会是什么？《余额宝运行一周年数据报告》披露的信息显示，围绕余额宝的新消费场景的开辟，将成为余额宝下一阶段产品创新的重头戏。“面对余额宝用户经过这一年理财意识的培养后，成长起来的更深层次的理财需求，小微金服在互联网金融理财方面的下一步探索在于以互联网和大数据的方式，实现多样化的理财需求和各种金融理财服务之间更精准、更高效的对接，激发和满足用户更加多样性的理财需求。”

业内人士分析认为，尽管余额宝推出只有短短一年，但已深刻改变了行业生态，带来了百姓理财意识大爆炸。目前来看，其他各种“宝宝”理财产品吸引用户主要还是比拼收益率，而余额宝已经开始帮用户思考如何“玩转资金”。余额宝本身就可以用于网购、缴费、充值等等，拥有其他理财产品无法比拟的流动性。如果余额宝有意识地去开辟新的线下线上消费场景，余额宝的流动性将会有更大想象空间，给用户带去更多的便利和实惠。

易观智库分析称，当前的互联网理财产品主要综合了货币基金的收益功能和支付功能，使得用户在获得远高于银行活期存款收益的同时，也可以方便地使用这些资金进行日常消费。余额宝已经花了一年时间让外界看到了“获得收益”这件事情的可行性，“创造更多的权益”则是接下来要做的重头戏。

南方货基加入千亿军团

除合格境内机构投资者(QDII)基金以外的公募基金今日公告了截至 6 月底的资产净值数据，备受市场关注的余额宝二季末规模为 5741.6 亿元，比一季度末净增近 330 亿元，增速不及第一季度的 1/10。

此外，千亿货币基金再添新丁，南方增利两类份额合计规模为 1008.2 亿元，成为国内第二只千亿以上规模的公募基金产品。

今年一季度末余额宝对应的天弘增利宝货币基金规模为 5412.8 亿元，其后有 4 只巨型货币基金被认为有望在二季度冲击千亿规模。分别为一季末规模为 9831 亿元的南方增利，规模分别为 960.5 亿元和 821.7 亿元的华夏现金和华夏财富宝货币基金，以及规模 665 亿元的工银货币基金。

然而，最新公布的规模数据显示，这 4 只产品中成功登上千亿规模的只有南方增利，该基金的 A 类份额为 688.2 亿元，B 类份额为 320 亿元，合计达到 1008.2 亿元。和一季度末规模相比，总体规模增加 251 亿元，其中 A 类份额规模新增 62.5 亿元，B 类份额减少了约 37 亿元。

另外 3 只巨型货币基金规模未能突破 1000 亿元大关，但工银货币基金取得了快速增长，二季度末规模增加到近 870 亿元，比一季度末增加了 200 多亿元。

余额宝对应的天弘增利宝货币基金二季度平均每月新增约 110 亿元，在一季度平均每月新增 118.6 亿元，余额宝尽管规模仍在增

长，但增速出现了明显下降。一位货币基金经理表示，余额宝的年化收益率在今年一季度明显领先，而在二季度，特别是 6 月中旬之后的年化收益率优势不再，因此在第二季度的规模增长速度明显放缓，并且已经赶不上整个货币基金的整体增长速度了。

银行系加入混战

面对“宝宝”洪流，多家银行今年陆续推出了自己的宝类产品，有效进行了反击。如民生银行以如意宝打头阵，平安银行推出平安盈，兴业银行的掌柜钱包、兴业宝，工行薪金宝，中行活期宝，包括中信银行上线的“薪金宝”等都是银行对宝宝们反击之作。

银行的进入，开辟了一条颠覆传统模式的互联化道路。今年 5 月份，正式上线不足 3 个月的民生银行直销银行(下称“民生直销银行”)就晒出了自己的成绩单：截至 5 月 15 日，民生直销银行开户数 35 万户，如意宝规模为 139 亿元。3 月底兴业银行的直销银行也正式上线，上线了货币基金产品。兴业银行银银平台推出的“掌柜钱包”产品，5 月规模则已经突破 400 亿元，表现出强劲的吸金能力。

相对于中小银行，大型银行推“宝”类产品显得低调很多。例如今年初工行推出的“薪金宝”产品，仅在部分分行推行，中行的“活期宝”推出之时并没有做大面积的宣传。

近来在电商系“宝宝”七日化收益率纷纷跌破 5% 之际，银行系“宝宝”仍然有不少七日化收益率还保持在 5% 以上。

收益下滑之困

余额宝为代表的互联网金融，搅动了整个金融行业尤其是基金行业。据基金业协会统计数据，截至 2014 年 5 月底，货币基金规模达到 1.92 万亿，相比整个公募基金 3.92 万亿的规模，货币基金占比高达 48.93%，而去年底这一比例仅 24.9%。

2014 年以来，货币基金规模增速惊人，在 2013 年底，货币基金整体规模仅为 7475.9 亿，而今年前 5 月共增长了 12 万亿左右，增幅 157%。从具体数据来看，1 月至 5 月，分别增长了 2056.52 亿、4701.37 亿、3441.3 万亿、2937.64 亿和 1687 亿。

在余额宝效应下，巨头们纷纷涌入，如 BTA、京东小金库、三大运营商等已经进入，基金公司们开始抢占更多的入口。然而随着宝宝们收益在今年以来一路下滑，也促使货币基金规模增速出现下滑趋势。

Wind 数据显示，2013 年四季度，货币基金宝宝(可实现 T+0 的货币基金)区间 7 日年化收益率均值为 4.73%，2014 年这一数值为 5.13%，而到了二季度下降至 4.44%。统计显示，今年前 5 月，货币基金宝宝 7 日年化收益率均值分别为 5.59%、5.53%、4.47%、4.55% 和 4.30%，呈现出明显的下滑趋势。

然而，银行系宝宝的强势加入、收益率下滑趋势明显等方面的影响，互联网货币基金宝宝开始表现出疲态。据了解，余额宝规模曾出现下滑，货币基金整体的规模增速也出现放缓，而且在余额宝之后，行业也没有出现新的亮点。

监管之争

宝宝们面临的困境不仅限于市场竞争以及收益的下滑，还有监管的“紧箍咒”。

近期，市场传出货币基金“提前支取不

罚息”已经被监管叫停。此前一位基金行业人士就告诉本报，部分银行实质上已经开始在协议中加入了“提前支取罚息”的条款。

“综合来看，货币基金之所以敢把超过七成的仓位配置协议存款，其提前支取不罚息的优惠是一个基本条件。”华泰证券相关报告称，如果这一优惠没有的话，也就使货币基金成为了一颗定时炸弹，以摊余成本法计价的货币基金将变得不堪一击，因此货币基金必然会寻找其他的投资标的进行代替，目前货基的运作通用法则也将有所改变，货基的玩法将全部重来。

除了“提前支取不罚息”逐步取消之外，宝宝的监管讨论从今年年初就已经开始。今年 2 月份，银行业协会就提出应将“余额宝”等互联网金融货币基金存放银行的存款纳入一般性存款管理，不作为同业存款，按规定缴纳存款准备金。

随后央行调查统计司司长盛松成也两次撰文表示，余额宝等货币基金投资存款应缴纳存款准备金。

除取消不罚息特权，存款准备金等也是央行监管宝宝的手段。这也使得宝宝们的收益存在更多的变数。

信任宝曝光阿里金融新企图

一个小小的失误，让支付宝内部测试的“信任宝”产品意外“走光”。日前，支付宝钱包突然出现了一款名为“信任宝”的业务，但几个小时该产品被撤下，这与支付宝去年高调宣布启动、随后却不了了之的“信用支付”十分类似。

业内人士分析称，该产品是阿里金融链条中针对消费层面下游金融链条的关键一环，至此阿里金融帝国就有了以阿里小贷为主的上游供应链金融，以余额宝为主的投资理财金融和即将诞生的以“信任宝”为主的信用消费金融。

根据支付宝钱包提供的业务介绍，“信任宝”是一种全新互联网金融服务，由金融机构依托支付宝平台根据客户的网购信用专属定制。“最长 38 天免息期，付款快如闪电，更有多重保障，护卫资金安全。”其中，“最长 38 天免息期”，与去年支付宝宣传的“信用支付”提法一样。不过，这一产品仅现身几个小时，支付宝随后就将“信任宝”撤下。

记者近日从支付宝相关人士处了解到，目前该业务为内测阶段，并没有对外公开，这次曝光只是个“意外”。

事实上，“信任宝”也就是去年 3 月阿里金融高调宣传的信用支付产品。阿里巴巴金融事业群总裁胡晓明当时曾信心满满地表示，该产品将于 4 月在浙江和湖南两地展开试用，随后覆盖全国大部分城市。根据当时阿里金融相关人士透露的信息，该业务将根据支付宝用户的过往记录决定是否开通以及具体的信用额度，具体额度从 200 至 5000 元不等，可用于在淘宝、天猫商城购物支付，最长可以获得 38 天免息期。收费方面，阿里将向签约商家收取 1% 的服务费，对于用户逾期还款是否要收取利息，还未最终敲定。

但随后，信用支付却突然销声匿迹。有

观点称，信用支付难产是由于监管层的态度。今年 3 月，支付宝、腾讯相继宣布将与中信银行合作推出虚拟信用卡，最低授信额度为 50 元。不料，虚拟信用卡的美梦刚做了 3 天，就被央行暂时叫停。

在屡挫屡败之后，阿里巴巴仍没有放弃信用支付业务。支付宝相关人士表示，信用支付产品一直就在筹备当中，该产品与虚拟信用卡不同，后者是给商业银行一个发卡的平台，由支付宝提供数据，银行完成发卡。对于“信任宝”的上线时间，该人士表示，目前并没有上线计划，产品的最终细节也尚未确定。

与此同时，天猫也低调上线了“天猫分期”的付款方式，消费者下单购买商品可选择 3-12 期的分期付款，之后将由阿里小贷将商品款项一次性全额付给商家，之后消费者再向阿里小贷分期付款。这与京东此前高调推出的“京东白条”有相似之处，此服务可实现“先消费，后付款”的信用赊购方式，最长 30 天的免息延后付款，另外还有 3 期、6 期、12 期的分期服务。“白条”用户最高可获得 15 万元信用额度。

阿里为何如此倾心于信用支付产品？对此，业内人士表示，支付公司最大的优势和资产就是客户数据，而将数据最终变成产品才能体现出价值，这也是阿里在信用支付、虚拟信用卡进行多种尝试的目的所在。信用支付是继阿里小贷、余额宝之后，阿里系布局金融行业、完善金融生态系统的一枚重要棋子。该产品推出后，阿里金融信贷产品将实现对买家和卖家客户群的全覆盖，阿里系的金融生态体系也会得到进一步完善。

银行宝宝再添全自动理财版

随着余额宝等互联网“宝宝”类产品收益率日益下降，银行类“宝宝”产品异军突起，不仅在收益率上战胜了互联网“宝宝”类产品，少数银行类“宝宝”产品在流动性上也完胜互联网“宝宝”产品。

继中信银行推出可在 ATM 机取现的货币基金“薪金煲”后，渤海银行于日前在京城推出了一款名为“添金宝”的银行卡余额基金型理财产品，对接的是诺安基金公司发行的诺安“理财宝”货币市场基金(B 款)。

“添金宝”与其他“宝宝”类产品一样，为低门槛投资品种，门槛仅为 1 分钱。但货币基金申购赎回全自动是“添金宝”的最大亮点，账户存取资金无限额，资金都是由渤海银行进行垫资，账户内可用余额可直接在 ATM 机上取现和 POS 机消费。

在流动性方面，“添金宝”在享受货币基金高收益的同时还可享受活期存款的流动性。据悉，中信银行的“薪金煲”用户赎回时间没有限制，但是单个账户单日赎回额度有上限，上限为 50 万元。“添金宝”目前没有最低投资和支取金额的限制，投资者支取金额在可用额度内没有任何限制，且支取金额实时到账。这样，不仅战胜同类银行系“宝宝”产品，更是优胜互联网“宝宝”产品。

为何“添金宝”可以享受活期存款的流动性？渤海银行海淀区某网店的大堂经理向北京商报记者表示，投资者支取“添金宝”的资金都是由渤海银行先行垫付，如果基金公司出现赎回故障，银行同样会给投资者垫付这部分资金。

在收益率方面，“添金宝”目前也高于互联网“宝宝”。“添金宝”6 月 28 日的七天年化收益率为 5.075%，而互联网“宝宝”的“鼻祖”余额宝截止到 6 月 28 日，其七天年化收益率已经跌到 4.32%，微信理财通也跌破 4.5%，截止到 6 月 28 日，其七天年化收益率为 4.45%。

在便捷性方面，“添金宝”较不久前中信银行的“薪金煲”又进一步。目前，全部的互联网“宝宝”产品和除“添金宝”、“薪金煲”以外的银行系“宝宝”产品均需要自行申购和赎回货币基金。中信银行“薪金煲”功能开通后，信诚薪金宝货币基金将开启“全自动”模式，但投资者需设定一个不低于 1000 元的银行活期存款账户保底余额，才可自动申赎信诚薪金宝货币基金。投资者只需签约渤海银行“添金宝”业务，其存入指定银行账户的资金每天会被自动归集并投资于指定的货币市场基金，并没有一个保底余额。

逐步提升“宝宝”类产品的流动性也成为了最新“宝宝”类产品的一个亮点，不过这种通过银行垫资实现直接取现的举动目前仍局限于中小银行，这些银行可以通过这些业务来吸引更多客户，另外也通过一些限制来开发更多业务。

比如，与添金宝账户绑定的银行卡可以直接支取添金宝账户的资金，但是通过 ATM 机并不能查看余额。

渤海银行的大堂经理向北京商报记者表示，要查看添金宝账户里的余额只能通过网上银行查看，通过 ATM 机账户查看的资金余额都会显示为零。一位银行资深人士向北京商报记者表示，这可能是小银行想通过这个业务来推广网上银行用户。