

去淘宝开店 基金还有多远

多数基金公司看好电商和基金直销的“跨界”合作,但仍有基金公司担心政策、经营、法律等方面的风险

证券时报记者 李涪涪

自从今年5月支付宝获得基金第三方支付机构资格以来,在各方的热切期盼下,去淘宝开店卖基金似乎成为“迟早的事”。然而,在支付宝几番力推、基金公司积极响应和监管层奔赴现场调研讨论之后,淘宝基金直营店“却突然”慢了下来——其中原因何在?目前最大的争议在哪里?相关利益方各自有何盘算?对饱受渠道“盘剥”之苦的基金公司来说,电商涉足能否让基金直销成为蓝海?为此,证券时报记者进行了调查。

最大的争议

据我所知,去淘宝开店卖基金这个事,最近反倒是突然“慢”下来了。”有行业资深人士如是说。据了解,所谓“慢”是相对于之前支付宝的频频动作。今年5月11日,支付宝正式取得证监会发放的基金第三方支付牌照;4天之后,博时在互联网上直销中引入支付宝渠道;支付宝同时高调表示,不仅和30家基金公司达成了支付接人的合作意向,东方财富网、好买基金等第三方基金销售机构也纷纷加大与支付宝的合作力度,预计今年接入支付宝的基金公司数将达到50家,覆盖国内近70%的基金公司;7月,伴随着淘宝理财频道上线,交通银行的淘宝旗舰店内

已有基金产品展示,尽管暂时不能交易,但这让“基金公司淘宝开店”的构想再次被热议;随后,监管层带领博时、广发、富国、汇添富、国泰、天弘6家基金公司亲赴杭州,现场调研了淘宝与支付宝总部,最快三季度开店”的说法甚嚣尘上。

现在不方便说什么,该做的我们都在做,快和慢不是我们自己控制,基金公司什么时候能在淘宝开直营店,这取决于监管层的考虑。”阿里巴巴有关人士私下透露,单纯作为支付通道,支付宝已经和基金公司有多单合作。但是,支付宝意不在此,更希望借助自己与淘宝“捆绑”的天生优势以及淘宝手握的客户资源,拓展“淘宝基金直营店”的模式,让基金公司进驻淘宝商城开店,集合多家基金公司搭建其淘宝的直营平台。

前述行业资深人士透露,从监管层和业界的反馈来看,“淘宝基金直营店”目前最大的争议集中在两个方面:一是模式,到底是产品展示在前还是店铺展示在前,这涉及支付打擦边球的问题;二是支付宝账户和基金买卖账户是否打通,这涉及资金监管安全和与连接银行协商的问题。

对于该人士提到的第一个方面,上海一家基金公司电商人士认为,淘宝只搭建销售平台,本质上就是集合各家基金公司的直营店,并没有参与组织销售活动,平台上所有的营销工作由基金公

司自己承担,另外,支付宝解决资金支付,账户业务依然在基金公司直销系统。这和第三方支付模式完全不同,不存在支付和销售界限不清的问题。

其实,支付宝的账户设置才是一切问题的重中之重。是现有的支付宝账户就能直接买基金,还是要在支付宝账户中区分出普通商品账户和基金账户?这不仅涉及资金监管安全,更涉及与银行的协调。”有基金公司电商人士称,现有的支付宝已经连上了各家银行的端口,如果直接用基金支付,会直接冲击银行的个金代销,银行随时可以关掉端口或者限制交易金额,让淘宝的基金直营店名存实亡;如果将基金账户和普通商品账户区分,则需要和银行谈授权。考虑到网络支付对银行现有业务的冲击,大银行很难给予支持。如果支付宝的基金支付账户只得到一两家中小银行支持,“淘宝基金直营店”的魅力会大打折扣。

银行太强了,这样的担心不无道理。”有支付机构人士透露,此前就有两家支付机构分别遭遇了两大银行的突然“断供”,一个直接暂停了支付通道,一个限制每个客户每月累计基金交易金额不超过5000元。支付宝肯定倾向于用普通商品账户直接买基金。一方面是方便客户,更重要的是,不区分两类账户,银行就无从辨别,如果贸然关掉端口,有可能损失更大金额的普通商品支付,搞不好是“杀敌一千、自损八百”。

不过,知情人士透露,从7月的现场调研和讨论中传递出的信息是,目前监管层倾向于支付宝要将现有的一般商品的“消费账户”和未来的买基金的“理财账户”分开。支付宝账户是虚拟账户,虽然投资者看到的依然是一个账户,但在淘宝卖基金赎回后的钱会被转入相应的银行卡中,不能直接买其他商品,消费账户中的钱也不能直接购买基金,由此形成“闭环线路”,保证资金安全。

从规则制定来讲,支付宝应该和其他基金第三方支付机构站在同一起跑线上,如果依仗在淘宝开店而在账户设置上有所不同,那就有“抢跑”的嫌疑了。”据了解,有两家和淘宝、支付宝合作紧密的基金公司,其淘宝直营店就采取了“闭环线路”的设计方案,将支付宝中的基金账户分离出来,而目前接入的仅为一家股份制银行。

直销借此一搏

在基础市场表现不佳的大背景下,渠道之困日益凸显,个别大型基金公司甚至被迫抛开传统的轻资产路线,自建线下直销网络,走上了重资产道路。不过,对大多数基金公司而言,依靠互联网直销新模式突围更具有现实意义。

淘宝捆绑支付宝的电商业务模式清晰,长期运营积淀形成的客户资源无与伦比,只有背靠这样的平台开直营店,



张常春/制图

多数基金公司看好电商和基金直销的“跨界”合作,也有基金公司持观望态度,其原因有三:一是该模式目前尚有争议,监管层何时开闸放行尚难判断;其次,银行的配合程度决定淘宝基金直营店的成败,考虑到会和银行形成利益冲突,其风险不小;第三,如果处于强势的支付宝和淘宝在一些环节有误导投资者的嫌疑,届时法律责任难定。

记者观察 | Observation |

海水与火焰

证券时报记者 李涪涪

一半是海水,一半是火焰——用这句话来形容直营店模式中的各位“看客”,再合适不过了。

在“淘宝基金直营店”模式中,支付宝、淘宝和基金公司无疑是当事人,而基金第三方支付、支付机构和其他电商网站则是分处“海水”和“火焰”的“看客”。

基金第三方支付机构受到的冲击最大。证券时报记者了解到,基金公司在淘宝开直营店,给支付宝的费用是千分之六,相当于前端申购费全部给了支付宝,几乎没有给第三方支付机构留存任何参与空间。

有第三方支付机构人士解释说,由于目前多是网上销售,第三方支付机构的中购费执行的是行业最低标准,在原来1.5%申购费的基础上打四折,相当于千分之六。“结算银行、支付机构、监管银行……各方都要打点,这千分之六的费用应付完这些几乎所剩无几。”该人士算了笔账,现在第三方支付机构的资金结算有两种模式,如果通过第三方支付机构进行支付结算,需要分别向第三方支付机构、资金监管银行支付千分之四和千分之一的费用;如果通过银行进行支付结算,需要分别向发卡银行、资金监管银行支付千分之三和千分之一的费用。

目前第三方支付机构的费用略降了一点,但至少也要千分之三到千分之三点五,这样算下来,销售机构拿到手的申购费最多是千分之二,完全覆盖不了成本,只能靠从管理费中拿走30%-50%的尾随来度日。”上述第三方支付人士表示,如果和淘宝合作,连这部分尾随也揣不进自己的荷包里。

从理论上说,销售机构也可以借助淘宝的平台开店,卖多家基金公司的基金,再走支付宝的支付渠道,但是,支付宝要价这么高,我们前端没有任何利润空间,后端的尾随肯定还要被淘宝拿走一大块,要价高又没话语权,我们肯定不参与。”他透露,在公司的内部会议上,去淘宝开店的动议已经被否决。另有业内人士认为,虽然淘宝是做直销平台,但“场子”不能白提供,难免涉及尾随费用,还是难脱“销售”的干系。要是这么干,大家都可以做平台了不要什么销售牌照,手续费走尾随就是了。”

不过,还是有基金销售机构表示出了兴趣。好买基金有关人士曾公开表示,如果监管许可,肯定不会拒绝这样的合作。

尽管销售和支付机构对电商涉足基金业五味杂陈,但这一趋势已难以阻挡。金融领域被电商跨界蚕食,基金不是第一个,也不会是最后一个。

支付机构更多的则是眼馋。上海一家支付机构人士称,一般支付机构很难和支付宝相比。事实上,拥有在电商金融领域极具实力的“老爸”阿里巴巴,还有客户资源得天独厚的“兄弟”淘宝,虽然支付宝只是有支付牌照,但淘宝直销带来的海量关注相当于为基金公司提供了营销平台,没有销售之名,更胜销售之实。支付宝要价这么高,谁掌握渠道谁就有话语权,银行渠道的例子就在眼前,现在在电商上再树立一个强大的渠道,基金公司的话语权只会继续削弱。”

尽管销售和支付机构对电商涉足基金业五味杂陈,但这一趋势已难以阻挡。金融领域被电商跨界蚕食,基金不是第一个,也不会是最后一个。

事实上,早在几年前,淘宝就已经试水保险营销,初期仅限于一些简单的人身意外险,现在仍在探索其他险种的覆盖,而后又有理财频道上线和银行旗舰店的进驻,开基金直营店亦是题中之意,剑指银行理财产品和基金销售。近两年,支付宝也取得了央行的首批第三方支付牌照和证监会的基金第三方支付牌照。阿里巴巴集团更早在几年前就涉足小额贷款,旗下浙江阿里巴巴小额贷款股份有限公司拿到了国内首张电子商务领域小额贷款公司营业执照。

有业内人士认为,支付宝“捆绑”淘宝进军基金直营店,腾讯迟早也会联合旗下财付通大规模进军理财产品和基金销售,今后,淘宝、腾讯等搭建的在线直销范围将囊括保险、基金、银行理财甚至信托产品。

各路电商更是欢欣鼓舞。一家电商网站人士表示,一旦基金公司可以进入淘宝或者腾讯开店,同样拥有B2B2C(商家对商家再对顾客)平台的当当网、京东商城也可以和其他第三方支付机构合作,包括基金在内的各种理财产品直销有望在电商中全面开花、开拓一片蓝海。

当然,也有基金业人士对电商涉足理财产品直销不那么乐观,一般为金融产品是特殊商品,和一般快消品差异较大,其核心竞争力体现在产品管理者的个人能力和服务上,而不是价格差异,这使得电商的低成本优势无法完全被利用。

相关新闻 | Relative News |

金融产品电商化 山雨欲来风满楼

银行、保险、基金、电商使出浑身解数争食一杯羹

证券时报记者 杨丽花

在庞大的互联网用户群的诱惑下,深陷红海的金融企业都渴望攀上电商。交通银行在淘宝开店、9家险企入驻淘宝保险频道、马云和马明哲在网上放贷、基金公司对在淘宝开店更是望眼欲穿……金融产品电商化的甜头就在眼前,在网络金融的大道上,有小心翼翼的试探,也有摩拳擦掌的激情。

用户群体庞大 网络金融悄然膨胀

工业和信息化部电信管理局数据统计显示,截至今年6月底,我国网民数量达到5.38亿人。依托庞大的用户群体,金融与电商的联姻一开始就很阔绰:

阿里巴巴公布的数据显示,其2010年起自营小贷业务,目前已累计投放280亿元,为超过13万家小微企业、个人创业者提供融资服务,其中今年上半年小额贷款业务投放贷款130亿元,合计发放170万笔。

中国平安旗下的P2P借贷平台公

司陆金所成立于2011年9月,注册资金4亿元人民币,截至2012年9月10日,陆金所的稳盈-安e贷投资系列交易额已经过亿。

保险业务发展更是顺风顺水:九大保险公司入驻淘宝保险频道,单一保险公司仅车险电商网上销售年已经达到40亿,除了单纯的保险产品外,连投险也在网上大行其道。

现在没有人会忽视网络金融的巨大能量。银行、基金等在寻找与电商联姻的突破口,电商也意欲利用自己的客户群体拓展金融业务。

银行进驻淘宝 目前形式大于实质

今年7月23日,交通银行与阿里巴巴共同宣布推出“交通银行淘宝旗舰店”,这是国内银行业首度登陆淘宝。目前交通银行网店只能购买贵金属,购买其他产品都需要跳转到交通银行官网,并且使用交通银行借记卡购买。

在刚刚过去的国庆长假期间,交通银行开始推出了“基金营养组合概念”,根据投资者不同的风险偏好,设计了6

设计,连导购咨询的客服也完成了培训,随时等待开店迎客。不过,基金公司在一些“开店”的细节上仍在讨论。

例如,有基金公司希望直接在淘宝店页面完成销售和支付;也有基金公司设计的是在淘宝网店选定基金产品后跳转回基金公司网站直销页面进行支付。有基金公司认为基金作为一种特殊商品,不能以盈利与否作为简单评价的标准,建议关闭评价功能;也有基金公司想重点推固定收益类产品,或是希望借助评价系统进行营销,不希望关闭评价功能。有基金公司想将购买普通商品的支付宝账户与货币基金的销售相结合,将数亿支付宝账户上的闲置金额盘活,虽然支付宝的余额都很少,但总量巨大,希望监管层可以大幅降低货币基金购买门槛,不过,这一“打通”的想法与目前支付机构通常的“闭环”操作不符合。

证券时报记者调查发现,多数基金公司看好电商和基金直销的“跨界”合作,即便不能首批参与,也希望放开后迅速跟进。不过,仍有基金公司持观望态度,其原因有三:一是该模式目前尚有争议,监管层何时开闸放行尚难判断,不如待销售模式明晰后再作打算;其次,支付宝账户不管“打通”还是“闭环”,其决定权都在银行,银行的配合程度决定淘宝基金直营店的成败,考虑到会和银行形成利益冲突,其风险不小;第三,淘宝手握重要客户资源,又和支付宝同属阿里巴巴全资子公司,基金公司借助其平台和支付渠道直销,仍使自身处于弱势,如果处于强势的支付宝和淘宝在一些环节有误导投资者的嫌疑,届时法律责任难定。

(李涪涪)

链接 | Link |

基金销售 中介机构格局

已有9家独立基金销售机构和7家基金第三方支付机构

从今年2月以来,已有9家机构获批成为独立基金销售机构。

2012年2月22日,首批四家独立基金销售机构正式获批,深圳众禄基金销售有限公司、上海好买基金销售有限公司、诺亚正行、上海天天基金销售有限公司获得证监会对其基金销售资格的批复。此举意味着,从2004年6月证监会颁布《证券投资基金销售管理办法》,到2011年10月1日起正式实施修订后的《证券投资基金销售管理办法》,历经7年,独立基金销售机构终于开闸。

2012年4月,杭州数米基金销售有限公司、上海长量基金销售有限公司、浙江同花顺基金销售有限公司获得证监会颁布的独立基金销售机构资格。

6月,北京展恒投资管理有限公司获得独立基金销售牌照。8月,上海基德金融信息技术服务有限公司获得独立基金销售资格。

此外,截至目前,汇付数据、通联支付、银联电子、易宝支付、财付通、快钱支付、支付宝7家公司获准成为基金第三方支付机构。

个不同组合。比如,购买了激进成长(880002)这一产品也就意味着购买了一个包含5只固定配比的基金组合。虽然看起来交通银行在网上销售其他金融产品的道路上又进了一步,但是该产品并非由基金公司在其淘宝上的旗舰店专门开发,而是把交通银行原来的“智慧投资组合”复制到淘宝上。

阿里巴巴集团介绍说,和交通银行在淘宝开设旗舰店的合作意向早在去年5月份就已确定。不过,在真正意义上的金融产品电商化道路上,交通银行走得小心翼翼,除了贵金属业务外,交通银行更多地是利用淘宝平台进行宣传展示。此外,交通银行在淘宝上大力推荐理财经理预约服务,由客户选择交通银行网点的理财经理提供一对一服务,没有实现金融产品销售完全网络化。

金融与电商联姻 诸多问题待解

通常情况下,一个新兴业态要么小心推进,要么在灰色地带野蛮发展,而网络金融两者兼具。一些网络金融业务进展迅速,但也亟须规范。

比如中国平安旗下的陆金所,投资者是在网上购买稳盈-安e贷投资系列产品,通过陆金所平台借给相应的贷款人,其本质属于P2P贷款平台,而中国当前的法律对此模式并没有明确的规定。

在保险业务方面,虽然网上销售的多数是标准化的保险产品,但也涉及连投保险产品。统计显示,2011投保险逾七成亏损,其中激进型亏损最高达29.21%。就风险来看,该类产品与银行理财产品、基金有诸多相似之处,也应该受到类似的法律约束,都要面对理财账户管理问题、一对一的投顾服务问题等。

阿里巴巴向金融机构敞开心扉的同时,又反复强调监管层态度,表示愿意与各金融机构及监管部门探讨任何能够更好满足客户投资理财需求的业务模式”。也因此,交通银行在淘宝开店,是小心翼翼推进;基金公司在淘宝开店的构想,尚无明晰的路线。

不过,电商与金融的联姻似乎已是大势所趋。在今年8月份召开的中国平安中期业绩发布会上,马明哲透露,其正在与马化腾、马云筹建一家公司,尝试开展互联网金融业务。