

“余额宝二代”属误传 实为万能险

据支付宝方面透露,该产品不存在收益率“保7”的承诺

证券时报记者 曾炎鑫

昨日,余额宝二代即将问世的消息引发业界高度关注,特别是“锁定一年7%收益率、保本保底”的说法更是赚足了眼球。

不过,经证券时报记者调查,所谓二代产品其实就是珠江人寿“汇赢一号”的元宵节特供版,并非“定期宝”,也非“余额宝二代”,只是一款面向余额宝用户的普通保险理财产品。

支付宝方面则称,余额宝真正的后续产品上线日期暂不能透露,“保7”的说法也并不存在。

实为普通万能险

有消息称,余额宝二代产品的购买资金只能来自余额宝,用户需提前进行预约,且要在2月14日上午抢购,每个用户限购2000份,每份1000元,即单个投资者的参与上限为200万元人民币。截至发稿前,记者发现该产品已有超过80万人预约。

不过,由于产品说明细节不足,不禁引发投资者的诸多疑问,这到底是什么产品?

按媒体报道内容,记者昨日在支付宝和淘宝保险上各找到一款理财产品和此前报道高度吻合,此外,两者的细则和页面设计也高度一致。

从支付宝首页进入,可以看到“马上加薪7%”宣传页面,右上角有小图标显示“余额宝用户权益专享”,页面重点突出“7%”收益率,但对是否保底没做说明。而奇怪的是,整个页面都找不到产品说明书,这让用户无法了解这是什么产品,产品合作方是谁,点击预约后也只会弹窗显示预约成功。

如果从珠江人寿的淘宝保险店进入,可以进入一个高度相似页面,不同的是该页面显示这是珠江人寿的“汇赢一号”元宵节特供版,同样显示7%收益率,保底利率2.5%。点击预约后直接进入支付宝入口同一页面。很显然,余额宝用户专享权益,对接的是一款一年期万能险产品。

而珠江人寿的这款产品其实是2013年期间一直在推的“汇赢一号”



吴比较/制图

元宵节特供版,提供7%的预期收益率,年化结算利率最高为4.8%,本质上属于万能险。

与此前的“汇赢一号”不同的是,今年该产品有两项购买限制,一是必须在指定日期预约,二是仅限余额宝用户,余额宝用户可以直接用账户内资金进行购买。

不过这款产品并不保证7%收益,根据珠江人寿官网说明,该产品的个人账户最低保证利率为2.5%。

无独有偶,网络上此前曾传出支付宝和珠江人寿将联合推出新产品“定期宝”。

支付宝一名高管也向记者确认,各媒体报道所称的产品就是这款珠江人寿“汇赢一号”的元宵节特供版,不过这并非“定期宝”,也不是“余额宝二代”,只是一款面向余额宝用户的普通保险理财产品,余额宝真正后续产品上线日期暂不能透露。

对于“保7”说法,该名人士表示

这在“说法上有一些问题”,7%只是预期收益率,没有任何投资产品会宣称保7%收益,支付宝方面也从未保证。

珠江人寿一名高管则告诉记者,珠江人寿没有和支付宝合作推出“定期宝”,也没有合作“余额宝二代”。此前,珠江人寿和支付宝的合作仅限于开设淘宝保险网店,并推出相关网络专属产品,今年我们和支付宝的合作产品还没确定,产品形态也还没明确。

宣称“保7%”属违规

首都经济贸易大学教授虞国柱表示,保险理财产品如公开宣称保证7%收益率,将涉及违规宣传和误导销售。此前,由百度联合基金公司推出的理财产品“百发”就曾因宣传8%的收益率而遭到证监会核查。

事实上,即使不考虑违规问题,号

称保7%的收益率依然“不靠谱”。

数据显示,2013年险资的投资收益率只有5.04%,而这已经是4年来最好水平。此外,从目前公布的万能险结算利率来看,大型险企如平安和中国人寿公布的2014年1月的万能险结算利率也不过4%。一名总部在广东的券商保险业分析师坦承,7%的收益率其实很难做到。

该分析师表示,目前保险理财产品要实现7%收益率有两种可行办法,一是对产品规模进行限制,将资金投入少量的高收益资产;二是将险企自有资本进行投资,并将这部分投资收益补贴客户,如按1:1进行补贴,只要实现3.5%的收益即可。

此前,国华人寿曾在“双十一”中推出预期收益率7%的保险理财产品,不过这只是预期而非保证。虞国柱表示,预期收益率是险企通过总结过往投资收益水平而做的估测,不一定能实现,险企不能承诺“锁定7%”。

小米做支付 一颗无关痛痒的小炸弹

在没有先发优势的情况下,新浪支付、百度钱包硬是选择与两巨头同样的路线贴身肉搏,结果表现惨淡。小米做支付,不妨先立足于对自身产业链的补白,再凭借硬件优势与巨头进行差异化作战。

证券时报记者 刘筱筱

马年刚开工,被各路红包搅得七荤八素的支付市场就又落下来一颗小炸弹——小米也来做支付了。

从去年下半年开始,小米要染指支付的消息就陆续传出,但小米从未正面回应。与以往每一次产品发布前先在网络大肆预热的营销打法不同,小米科技这次是在去年12月26日低调成立小米支付技术有限公司,并由董事长雷军亲自挂帅出任董事长。

至此,BAT(百度、阿里、腾讯)、新浪、盛大、网易、小米,只要能叫得出名字的互联网巨头,几乎都来凑电子支付市场的热闹了。

与最具代表性的阿里支付宝和腾讯财付通不同,小米做支付,也许只是一颗无关痛痒的炸弹:搅不动传统银行的支付结算功能,也不大可能成为打通人们生活消费线上至线下(O2O)场景的利器。

为什么在小米支付还没有正式推出成型的支付工具之前,记者就泼此凉水?

首先,小米的用户体量较小,根据官方数据,截至2013年12月底,MIUI即小米手机操作系统用户仅为3300万,MIUI系统仅搭载于小米手机的局限性是绝对主因;其次,小米介入支付市场缺少了先发优势,支付宝和微信支付两大巨头在前,已经凭借电子商务、即时通讯等用户刚需牢牢圈占了受众并加深用户黏着度,基于双方入口衍生出来的支付功能已经牢牢笼络了数亿用户和商家。

小米不妨借鉴下前辈的经验——在没有先发优势的情况下,新浪支付、百度钱包硬是选择与两巨头同样的路线贴身肉搏,到目前为止表现惨淡是

有目共睹的。

总而言之,小米的支付工具想要突破小米生态圈,像支付宝或微信支付那样逐渐从母体升华为独立的O2O应用的难度很大。

所以小米做支付,不妨先立足于对自身产业链的补白,再凭借硬件优势与巨头进行差异化作战。

目前小米生态圈已经构筑了足够多的应用场景:应用商店、主题色、游戏、图片、表情、视频、云存储服务等等,而对从MIUI系统衍生出的一系列附加值产品,小米自建支付体系,一方面可以简化购买虚拟商品和程序服务的支付步骤,为用户提供更灵活的计费方式和结算手段;另一方面,这让小米相当于拥有了用户资金沉淀池,引出了更多业务拓展方向及盈利可能。换句话说,小米终于可以有小米版余额宝或理财通了。

小米的野心当然不止于填补自身软件生态圈的空白。小米支付董事洪锋就透露,未来小米的支付体系会涉及移动远程支付及移动近场支付两种模式。这一句话承载的意义就比较深了——两种支付方式都离不开硬件的搭载。小米完全可以效仿苹果,在自身硬件上搭载指纹识别、地理围栏等技术来打开新型移动支付的市场。

除此以外,小米已将触角伸至电视、路由器、机顶盒等不同硬件设施,搭载着这些硬件,小米能将支付场景延展到小米电视的内容点播、小米路由器中迅雷的下载服务等。也就是说,只有硬件的辐射越来越广,支付行为在小米生态圈中发生的频率才能越来越高。

如此,从硬件着力,的确是目前看起来小米唯一有胜算的突围路径。

■理财赢家 | Road to Win |

年终奖理财 不妨瞄准QDII欧美基金

证券时报记者 蔡恺

春节7天长假过去了,手拿年终奖的上班族与其埋头苦思如何在国内投资,不如干脆通过基金投资海外市场。渣打银行预计,2014年欧美发达国家股票将再次引领全球股票升势,为投资者带来正回报,并看好受惠于经济复苏的周期类行业。

渣打银行认为,投资者最常见的困惑是,国内投资渠道狭窄,尤其A股市场波动较大,但实际上,国内的投融资渠道并不像人们普遍认为的那么狭窄,早在2007年,个人投资者便可以通过合格境内机构投资者(QDII)的制度安排投资海外资本市场。

渣打银行财富管理和优先及国际银行部投资总监郑毓栋表示,在QDII框架下,目前市场上的海外基金产品还是比较丰富的,全球主要知名的基金公司,如贝莱德基金公司(Blackrock)、富达基金公司(Fidelity)、施罗德基金公司(Schroders)、霸菱(Baring's)、美盛(Legg Mason)等与国内各大金融机构均有合作。以渣打为例,该行不仅与上述基金合作,且目前有60多只共同基金在港,投资目的地涵盖美国、欧洲、亚洲、拉美及其他新兴市场。

不过,虽然QDII基金种类繁多,但并非每只产品都适合个人投资者。对此,郑毓栋指出,在遴选基金时,投资者首先需要对宏观形势和市场动向有基础判断,将范围缩小到投资于自己看好的市场和投资类别的基金上。缩小选择范围后,郑毓栋建议,投

资者应当考虑其他因素,诸如基金本身的投资方向、风险水平、市场观点、投资团队、投资风格等,值得一提的是,基金的历史表现虽然是许多人衡量基金的重要标准,但也是有缺陷的,因为历史表现并不代表未来业绩;因此,投资者可以适当评估基金在不同市场环境中的历史表现和表现的背后原因,过滤出有效因素评估该基金的投资能力。

正确的QDII基金投资判断和适时的行动往往能带来丰厚的回报。郑毓栋举例称,在过去的2013年,渣打认为全球经济“渐入佳境”,因此建议投资者超配欧美股票,例如美国市场方面,美盛锐美国小型资本机会基金、富兰克林美国机会基金、美盛凯利美国进取型增长基金、贝莱德全球基金之美国灵活股票基金这四只美国基金在当年的平均回报率达到37.4%,领先当年的标准普尔500指数回报率。

那么,2014年的QDII投资策略应当如何部署最好?对此,郑毓栋表示,首先,在资产类别方面,股票仍是2014年的投资首选,且预计发达国家股市将引领全球股市,在2014年再度为投资者带来正回报,因此投资者可以考虑在QDII投资组合中继续超配股票,并偏重于欧美等发达市场。

至于股票板块上,鉴于今年全球经济增长有望改善,郑毓栋看好周期类行业,例如:科技、能源、工业等。另外,如果普通投资者没有时间和精力对产品作细致了解,应借鉴专业金融机构的投资建议。

方正证券公告 收购民族证券进展

方正证券今日公告披露公司通过发行股份收购民族证券的进展,目前该交易的审计、资产评估工作已完成,并完成教育部评估备案工作,但部分民族证券股权的解除质押工作仍在进行。

方正证券称,经与交易对手方东方集团、新产业投资沟通,就其所持民族证券股权存在质押的情形,上述交易对方正在积极与质权人沟通,确保在方正证券召开本次重大资产重组的第二次董事会前,解除质押或取得质权人的书面同意;另外,方正证券正与另一交易对手方——乐山市国有资产经营有限公司沟通,积极推进乐山市商业银行所持的民族证券股权转让事项,确保尽快完成相关工商变更登记工作。(蔡恺)

交行电子银行打造 春节最优金融服务

2014年春节七天长假期间,交通银行充分利用电子银行的渠道、空间和时间优势,为广大客户在节日期间提供安全、便捷的金融服务,妥善解决客户的燃眉之急,坚持休假不休业,保证银行服务无空当,交行95559客户满意度高达99.50%。

据悉,春节假期交通银行电子银行渠道共处理交易1426万笔,同比增长8.27%;95559客服中心人工座席受理客户查询、转账、咨询、建议及投诉类业务13.8万笔,同比增长5.39%。(刘晓晖)

支付宝进军台湾遇阻 第三方支付“出海”挑战不小

证券时报记者 蔡恺

如同多数做大做强中国企业一样,移动支付巨头支付宝已不满足于国内市场,开始向境外市场渗透,但同时也有一些市场遭遇挫折。目前看来,国内第三方支付公司进军境外市场,存在着监管沟通困难、成本较高等难题,必然是一场持久战。

台湾大门紧锁

国内移动支付市场占有率最高的支付宝近期高调进军境外市场,在中国香港、中国台湾两地推出支付宝“当面付”条码付款,支持的商户包括香港OK便利店、卓悦以及佐丹奴,统一阪急百货台北店等内地游客经常消费的品牌及商铺,并称近期可能将服务推广至韩国。

不过,在中国境内发展“顺风顺水”的支付宝却在境外遭遇挫折。近日有消息称,支付宝与统一阪急百货台北店的合作有触犯台湾当地金融监管条例之嫌,当地合作商家已经暂停该业务。

“当面付”功能,是指用户在店内结账时,打开手机上的支付宝钱包“当面付”条码付款功能,收银员用扫码枪扫描手机上的条码完成支付,结算金额将以当天的外汇牌价折算成人民币,直接从支付宝账户中扣除。

有台湾当地业内人士称,使用支付宝手机钱包在实体店付款,相当于在台湾使用内地支付工具,需经台湾金融监管机构审核,而在台湾网站使用支付宝交易则较少受到监管。

据证券时报记者了解,虽然支付宝在台湾遭遇了一些挫折,但其境外

扩张策略仍将大力推进。实际上,支付宝对境外业务拓展一直热情高涨,但奈何台湾市场大门紧锁。在去年10月的支付宝分享日上,支付宝高管樊治铭曾在在场的台湾媒体表示,支付宝曾与台湾监管方多次沟通,希望以后支付宝的“当面付”等新技术可以在台湾运用,并认为当局已经逐渐接受支付宝。

另外,在支付宝开展业务较早的香港地区,该公司也开始受到当地监管部门的密切关注。虽然香港金管局日前表示,支付宝不属于本地认可金融机构,没有受到监管,但已注意到其支付产品受到香港市民欢迎,因此准备修改管理条例以将该类支付机构纳入监管,推出发牌制度。这也意味着,支付宝未来需要向香港当局申领牌照。

对此,香港银行学会高级顾问陈凤翔对记者表示,支付宝的技术创新值得鼓励,亦让香港的银行机构开了眼界,但也存在一定监管问题:因为支付宝有余额宝账户体系,涉及公众资金安全,如果在香港从事业务就必须和本地金融机构平等接受当地法规监管。

境外市场挑战不小

凭借淘宝、天猫等电商平台的庞大用户量以及线下移动支付的拓展,支付宝已成为全球最大的移动支付公司,其进军海外的野心进一步凸显。该公司日前宣布,2013年超过1亿的支付宝钱包用户完成了超过27.8亿笔手机移动支付,总金额约1500亿美元,超过美国的网络支付公司Square和Paypal的移动支付处理量总和。

腾讯公司微信支付业务相关人士告诉记者,待微信支付的客户量达到一定规模,也必然会走国际化道路。资料显示,微信海外用户早已突破1亿,而近期更与谷歌公司达成合作。

不过,一位不愿具名的主流第三方支付公司高管对记者表示,国内第三方支付拓展境外市场并不容易:一方面,海外的金融监管环境更加复杂,法规更严格,稍一触犯便有很重处罚;另一方面,支付公司在当地需要拓展资金渠道,要么找当地银行做直连,要么租用当地卡组织(如Visa和万事达卡)的通道,要么找当地的第三方支付机构合作,但是其成本都不菲。

不过,移动支付专家、艾瑞咨询高级分析师王维东表示,尽管业务拓展困难,但国外市场的支付手续费率较高,这是吸引支付宝等国内支付企业“出海”的重要原因。另外,支付宝等机构在国内拥有庞大的用户量,国内消费者出境、出国游增加,必然会产生可观市场。他认为,国内第三方支付公司“出海”,一方面必须加快拓展当地商户和资金渠道,另一方面要做好海外市场的用户宣传。

但是,一位境外卡组织高管对记者说,如同国外机构进入到中国国内遭到市场环境不同、本地企业排挤等问题,国内支付机构在境外市场也面临同样困境。他举例称,台湾市场主要流行的是近场支付(NFC)技术,而非国内的远程移动支付技术,因此银行和卡组织的市场份额较大;而香港的移动支付则由本土企业八达通垄断,因此,国内支付机构进军境外市场必然是一场“持久战”。