



掌上金融

『互联网+第三方理财』

互联网金融已经来势凶猛。它既冲击了以银行为首的传统金融机构,也颠覆了传统的金融业态,让金融行业进入了新的竞争格局。对于刚起步不久的第三方理财机构而言,互联网金融的影响究竟是福是祸?在互联网金融的背景下又该如何借势发展?业内人士表示,对于三方理财机构而言,利用互联网金融思维可以更便捷地传播机构的品牌、接触客户和服务客户。但目前中国的第三方理财行业还不成熟,在缺乏相应理财模式与法律监管的背景下,互联网对第三方理财行业或许是把双刃剑。郑州晚报记者 倪子

利用互联网金融更便捷地接触客户、服务客户 第三方理财迎变局

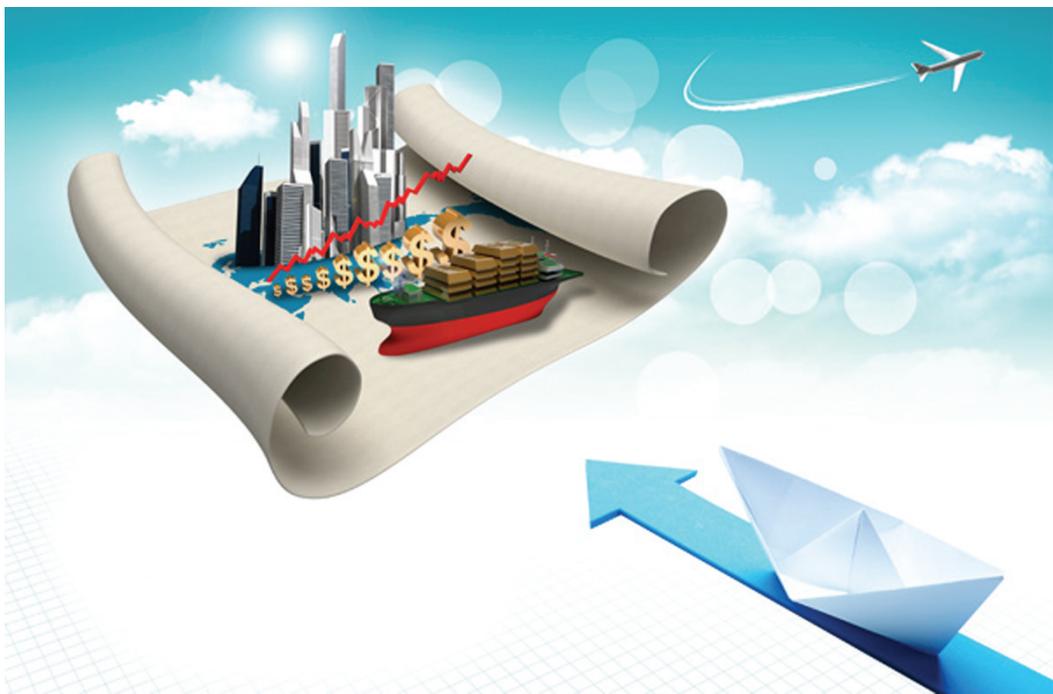
渐成主投资渠道

去年,波士顿咨询公司(BCG)在北京发布了报告《制胜之道:中国零售银行创新模式突围》。报告认为,互联网的发展彻底改变了消费者的金融行为,第三方理财平台已经成为消费者的主动投资渠道。

报告显示,七成消费者曾在第三方支付平台上使用过高级支付功能。在此类平台上消费者最常用的功能是支付网上购买的产品和手机充值,分别占调查人群的95%、85%。特定的消费群体在互联网金融方面表现出更强的使用意愿和能力。例如,一线城市、男性、高学历、富裕阶层的存款额相对更高,他们在第三方平台上的平均理财金额达到人民币10000元以上,比平均水平至少高1000元。

对此,报告作者之一、BCG董事经理徐勤表示:“互联网金融一开始看重的是更多传统机构没有覆盖的长尾市场,但是从这次的数据调研上可以展示出来,人均理财金额是9000元,这说明消费者已经是把第三方的理财平台作为比较主动的投资渠道。”

另外,消费者在线上金融服务平台上对各类新功能与新应用表现出极高的接受程度和积极性。报告显示,32%的受访者表示曾向线下商户进行小额支付(如出租车司机)。另一个有说服力的例子是微信。去年春节,微信的一项创新服务“微信红包”大获成功。19%受访者表示曾向亲友赠送过微信红包。微信红包有效地将社交媒体用户转化成了数字金融服务用户,并为其日后通过微信进行其他交易奠定了基础,还有助于大量获取新用户。



机遇与挑战并存

有业内人士表示猜测,未来金融业的互联网走向,其中之一,就是第三方理财机构顾问价值凸显,投资者将面对海量的产品信息,如何帮助客户进行有序的选择,将是第三方理财平台面临的巨大机会和挑战。在这样的情况下,不管对金融行业还是第三方理财机构,都应该面对互联网的发展,顺应投资者消费习惯的改变,更好地利用互联网进行产品创新和服务,搭上互联网的快车,才能迎来发展大机遇。

互联网金融出发点与真正的第

三方理财有类似之处:公正独立的平台、客户端出发的思维和减少理财信息的不通畅。对于原有以银行为主的理财市场具有强大的冲击力。而对于第三方理财机构来说,如果机构本身还只是抓住理财信息不畅通的市场机会,走产品销售渠道的道路,可能因为互联网金融强大的渗透力,不得不面对较大的冲击。

互联网金融的到来,对于第三方理财机构而言既是机遇也是挑战。一方面,互联网金融依托互联网平台优势,以几何速度扩张蔓延

至一半以上移动终端,加上其产品门槛低、收益率较高的特点,使银行资金大量分流,对第三方理财机构业务形成一定竞争。

另一方面,互联网金融的到来唤醒了更多普通人的理财意识,扩大理财市场的整体份额,对第三方理财机构来讲也是难得的机遇。第三方理财机构应进行相应的布局,比如借势在微信、微博等渠道开展营销服务,依托互联网进行营销创新等方式,结合互联网的优势走出自己的路。

鱼龙混杂亟待监管

去年,互联网平台公司“钱先生”提出的“团购”理财新模式,声称将打破最低5万元起购银行理财产品的规则,就算投资者手上只有1元钱也能理财。伴随着互联网金融的井喷,不单单是“钱先生”有这种低门槛投资,自称信托行业的创新型互联网理财平台“信托100”也有这种类似团购的项目。尽管监管层以及信托公司对他们一致持有否定态度,但“信托100”

和屡遭正轨机构“闭门羹”的钱先生,依旧生意红火。

业内人士坦言,有投资回报,当然也伴随投资风险。如今,互联网金融的形式依旧处于监管主体不明或者尚未出台监管细则的灰色地带。第三方支付机构已经明确由央行监管,但像“钱先生”和“信托100”等网上第三方理财机构却仍然游离在监管体系之外。

一位分析人士称,互联网金融存在风险监管权责不明晰问题,应及时建立消费者权益保护机制,明确谁防控风险,谁承担风险,谁为消费者的损失埋单。近一年互联网金融飞速发展,互联网与金融的结合不断涌现出新的模式和产品,监管方面有待进一步细化规范,明确各个监管单位的权责,从而有利于监管工作的顺利开展。

相关链接

如何选择第三方理财平台

随着第三方理财的兴起,各种理财平台如雨后春笋般竞相成长。当前的第三方平台主要有基金超市类、高端理财类和信息数据类三大主流类别。投资人面临参差不齐、严重同质化的第三方理财平台该如何选择呢?

第一是基金超市类,产品丰富,适合专业投资者。例如天天基金网、好买基金网、数米基金等。上述基金超市类的第三方理财平台,基金的产品数量较多,产品线相对完整,费率较银行平台相对低廉。因此,这样的平台适合组合投资者和专业投资者参与,其产品的

丰富完整可以为不同类型的基金组合配置营造良好的体验。

第二是高端理财类,产品少而精,适合高净值客户。例如恒天财富、诺亚财富等。这些以高净值客户为目标的第三方平台的产品丰富度与上述基金超市不可同日而语,这里的产品门槛较高,理财的品种和数量也较少,但却是平台精挑细选的中低风险的投资品种,适合高净值、中低风险偏好的投资者参与。

第三是信息数据类,突出内容建设,适合初学者参与。例如和讯理财客、盈利宝等。作为内容起家

的销售公司,平台对基金的介绍、评级和推荐具备内容方面的优势。因此,这类网站相对适合初级的基金投资者参与,可以通过购买基金学习到相关的理财知识和技巧。

总之,专业投资者可以通过天天基金、好买、数米等平台买入基金,目前这些网站对公募基金产品的覆盖已超过70%;而对基金了解不多、需要配置建议的可考虑恒天、诺亚等第三方理财平台;另外一些金融门户网站也在涉足基金销售,如和讯、金融界等,它们的产品覆盖率低,但胜在资讯丰富。

