



1元申购门槛、对接支付消费平台、操作易用……过去的一年，以余额宝为先行者，互联网公司、电商、银行纷纷与基金公司合作，“宝”类产品“你方唱罢我登场”。它们大多瞄准你我口袋里的“零钱”，号称收益率比银行活期存款高十几倍，流动性强，风险低且亲民、便捷。零钱、小额闲置资金无处可去的格局正被形形色色的互联网“余额理财”产品改变。2014，你的零钱可以去哪儿生钱？又将如何生钱？

## 零钱去哪儿

本报记者 郭子源



存款大搬家”、“低风险的活期替代品”等营销口号容易误导用户，其实银行储蓄和各类余额宝产品没有可比性。目前，国内货币基金主要投资银行存款、央行票据、短期国债等，虽然安全性较高、收益较稳定，但也受货币市场变动影响，同样有风险，“没有稳赚不赔一说”。

美国 Paypal 的兴衰历程值得投资者借鉴。1999年，Paypal 设立账户余额宝币市场基金，2000年曾创下超5%的年化收益率。但是，随着美联储降息，其收益受到影响，尤其是2008年金融危机后，美国实行零利率刺激市场流动性，Paypal 货币市场基金收益暴跌，最终于2011年清盘。“市场利率有高低，一旦央行开始降息，或者实行宽松货币政策，货币基金收益下降便是意料之中的事。”关锦鹏说。

目前，可供投资者选择的“宝”主要有余额宝、微信理财通、苏宁零钱宝和平安壹钱包，其最大差异为对接的基金公司不同。投资余额宝相当于购买天弘增利宝货币基金，理财通对接华夏财富基金，零钱宝背后是广发天天红基金和汇添富现金宝基金，

这意味着，投资者将钱转入零钱宝时，有两家基金公司可选，钱转入后也可在两只货币基金间转换。

“调研、比较基金公司是我购买前的重要功课。”北京电信职员文韬说，她并不关心资金能否当日实时赎回，因为比起消费、支付等增值服务，她更关注收益和投资风险。

从四家基金公司的表现来看，天弘增利宝、汇添富现金宝、广发天天红和华夏财富基金成立尚不到一年，四家基金公司旗下的货币基金2013年净值增长率均不到5%。具体来看，华夏基金中最高的是华夏货币B，为4.53%，最低的是华夏货币A，为4.28%；广发基金旗下最高的是广发货币B，为4.45%，最低的是广发货币A，为4.20%；汇添富最高的是汇添富收益快线货币B，为4.40%，汇添富收益快线货币A最低，为3.78%；而天弘最高的是天弘现金管家货币B，为4.15%，天弘现金管家货币A以3.90%位列最低。

为了分散风险，除了购买前咨询、对比，文韬还把零钱放在了多个篮子里。目前，文韬手中有余额宝、理财通、即将赎回

的百度发、嘉实的某款货币基金共4款产品。“买理财通是基于对华夏基金品牌的认可，买嘉实基金是看到年前和它挂钩的百度发收益不错。”文韬坦言，自己的基金理财刚刚入门，各种“宝”是学习、积累经验渠道。“先从货币基金入手，慢慢再尝试投资股票基金等其他品类。”

### ★玩转余额宝

如果说文韬是“把余额宝当基金玩”，那么还有一类投资者更为普遍——将理财资金和消费、通讯平台打包，既关注收益，也关心用户体验和支付场景。对于他们而言，选择余额理财产品时需要考虑支付平台的使用惯性和增值服务。

比如，习惯用易付宝在苏宁易购消费的用户更容易尝试零钱宝，而那些在朋友聚会时偏爱微信AA收款，新年抢、发红包的用户，购买理财通的可能性更高，至于热衷支付宝的“淘一族”，把零钱转入余额宝有时甚至是“一念之间”的事。

26岁的电视台编辑成美就是这样一位“顺便玩儿零钱”的投资者。今年1月，酷爱淘宝的她决定把支付宝里的15000元转入余额宝，因为朋友告诉她，这笔钱能从余额宝随时转入支付宝，不耽误支付，放在余额宝里每天能赚2.5元，相当于一瓶可乐。“我很爱喝可乐，每天白送我一瓶，挺好。”虽然成美完全不明白“当日每万份收益”、“7日年化收益率”的经济学含义，但这丝毫不影响她钱生钱的愿望和行动。

广州某事业单位职员李可颂也是位理财门外汉，他选择余额宝的原因很简单：操作便捷，每天推送理财提示，很省心。1月24日，李可颂收到了来自余额宝的“春节小贴士”，该消息提示，1月29日15点前将钱转入余额宝能在春节期间获得收益，如果15点后转入，受银行服务休假影响，只能在2月8日获得收益，春节期间收益将延迟。

“像我这种理财外行，选择一个和自己平常消费、支付习惯挂钩的产品最省时省力。”李可颂说，查看手机“支付宝钱包”，浏览余额宝当日收益已经嵌入他的日常生活。

借助互联网通道，有人专注玩基金，有人顺便放零钱。可不论哪种模式，零钱的额度都需仔细规划，年龄阶段、收入层级不同，“零钱”代表的额度也各异。投资者应综合考虑自身风险偏好、产品性价比等因素，理性决定“零钱”的投入金额。

李可颂的余额宝账户已有2万元，这些“零钱”是他的全部家当。“我刚入职不到1年，现在每月一发工资我就直接把它转进余额宝，说实话也没有钱做其他投资。”李可颂说，工资如果不转入余额宝，只能放在银行卡里当活期，买余额宝是眼下最好的选择。

潘君陶的理财通里同样有2万余元，但这占他投资总额的很小一部分。2007年从事金融工作至今，他的投资风险偏好逐渐发生变化，投资比重也在调整。“最初属于激进型，可能70%的钱都会拿来买股票，但现在会分配到银行理财、基金、黄金中。”他说，购买理财通是考虑其性价比比较高，申购门槛虽低，近7%的收益却不低，且目前看来风险较小。

“但理财通等余额理财产品上线时间不长，还需继续观望，需要时间证明和检验。”潘君陶说，这是他只投资一小部分“零钱”的主要原因。

## 谁给“宝”们发红包

齐平

春节刚过，就收到某大银行短信：“您名下的信用卡已超过6个月未使用。为保证您的信用卡安全，我行近期将其对应账户人民币额度下调至2万元。”在“抢红包”、“免费打车”的一片热闹中，对银行发来最后通牒这么一件严肃的事儿，最认真的反应也只能是“朕知道了”。

也是节后的某个清晨，由于技术原因，余额宝延迟一天支付收益，很多习惯一起床就刷新页面的人没看到头天进账，居然引发一场恐慌。以“宝”们为代表的互联网金融日益滋生的影响力，足令传统银行暗生“羡慕嫉妒恨”。

北京某媒体通过官方微博发起的一个调查表明，今年春节过后，超过一半的压岁钱都流进了余额宝、理财通等互联网理财的各种“宝”里。

“宝”们所向披靡，魅力主要源自慷慨的投资回报。令人喜出望外的超高收益率，加上随用随取的超强便利性、一元起存的超低门槛，一出手就秒杀了诸多新老投资品种。

银行当然有理由抱怨这群“闯进瓷器店的公牛”不懂规矩更不守规矩，感慨自己已被严厉监管缚住了创新的手脚。但仔细想想，“宝”们用来攻城略地的撒手锏，其实还是银行双手奉上的。

开张初期，“宝”们送给投资者的红包令人目眩神迷，其中肯定有“赔本赚吆喝”的成分。但对于必须时刻算计成本的互联网公司来说，除了将挂钩基金的T+1转换为T+0的垫资，以及为争夺支付渠道的促销，不可能支撑自掏腰包来抬高收益率这种“作死”的玩法。

“宝”们的做法也简单，多是把银行看不上眼的小钱归拢打包，去买挂钩银行协议存款利率的货币基金。

在资产比指标的严格约束下，吸储能力是银行盈利的命门。圈不来廉价的储蓄，只好到银行间市场去买“高价的钱”，把舍不得给储户的便宜，送给“宝”们依托的各路货币基金。银行手头越紧，发的红包就越大。

可以说，一切从用户需求出发的“人努力”，加上银行资金面吃紧的“天帮忙”，成就了“宝”们神一般的收益率。某种意义上，“宝”们只是把银行的红包转赠给了自己的投资者。

问题是一向悠然、稳吃息差的银行为什么会资金紧张？一个便于理解的解释是：在利率市场化推进的背景下，资金拥有了更多的选择、更大的议价权。低利率乃至负利率，以往可以圈住别无选择的储户，而今则是为“宝”们输送客户。

存款搬家是必然的结果。资金“一日游”、员工拉存款是必然的结果。

这群“鲶鱼”动的不仅是低息储蓄的奶酪。资金一进一出之间，银行赖以盈利的模式、支付结算等中间业务的地盘，已经受到威胁。

先有电商巨头放言：“银行如果不改变，我们就来改变他们”；后有银行大佬回应：“银行是变化的行业，我们不会等待别人来变化我们！”可是正如发声的次序，银行的表现确实慢了半拍。当几家大银行终于咬牙跺脚把存款利率一浮到顶时，“宝”们的收益率已经“破7奔8”了。

阿里理财产品又推出了第二期，此次的关键词是“定期”、“大额”。虽然在有关部门责令下匆忙去掉了“保本保底预期收益若干”的宣传语，但中购爆棚的景象似乎提醒银行，你又是一块奶酪让人惦记上了。

本刊执行主编 刘溟  
编辑 谢慧 常艳军  
联系邮箱 jirblm@live.cn

### ★“抢零钱”大战正酣

如果将投资者们的零钱看做一个大蛋糕，那么目前的分食者正是种类繁多的互联网货币基金。

2013年6月，支付宝与天弘基金合作推出一款账户余额理财产品——余额宝，拉开了“抢零钱”大战的序幕。用户将钱转入余额宝，等于用这笔钱购买了天弘增利宝货币基金，余额宝收益率也就是该货币基金收益率。

与银行理财、信托、贵金属等不同，余额宝“草根”气质突出，申购门槛仅为1元，而且采取“T+0”赎回，用户可根据需要将余额宝资金实时转出至银行卡或支付宝，相对传统货币基金“T+2”到账更为灵活。

依托支付宝8亿多注册用户、2亿多活跃用户，余额宝迅速成为投资者“新宠”。今年1月15日，余额宝宣布其规模破2500亿，客户超过4900万户。巧合的是，当晚微信版余额宝“理财通”正式上线，凭借微信6亿用户和熟人社交，成为余额宝最大的竞争对手。

一时间，互联网理财市场各种“宝”爆发式增长。互联网公司方面，除了百度去年推出“百发”，网易也推出“添金计划”；电商方面，苏宁云商发布“零钱宝”；天天基金网、数米基金网等第三方基金销售网站与银行也纷纷试水，民生银行的“随心存”、“如意宝”，平安银行的“平安盈”，广发银行、交通银行、工商银行也在理财产品中加入类似余额宝元素，如货币基金实时提现业务。

“各种‘宝’代表了货币基金的新玩法。”在中信信托杜雪看来，投资者购买货币基金的渠道变了，从柜台直销、银行代销，转向互联网、第三方支付平台、电商平台等购买渠道。

对于投资者而言，最关心的莫过于收益率、风险和流动性，为了争夺客户，各种“宝”也大动心思，展开“拼收益”大战。

一方面，各家纷纷对比银行活期存款、银行理财产品，突出货币基金的“高”收益。“享近14倍银行活期收益”，余额宝一经上线，就拿6%左右的7日年化收益率和0.35%的银行活期存款利率作比较，瞄准用户活期储蓄中的小额闲置资金。而微信理财通则打出了“收益率可达活期16倍以上”的营销口号。

另一方面，互联网公司用现金或基金份额作补贴，将部分“宝”的收益率推至8%甚至11%。据统计，仅在去年12月18日推出的“财富节”上，天天基金网就自掏2000多万元购买基金份额补贴投资者，其推出的三款产品，收益率均超9%，随后开售的网易理财“添金计划”，11%的高收益中有5%由网易补贴现金。

### ★我的零钱谁做主

面对林林总总的“宝”和高收益口号，投资者如何看清“抢零钱”的纷扰战局，选择适合自己的理财产品？

华夏银行理财业务人员关锦鹏认为，投资者购买互联网货币基金时，在收益上有点必须注意。首先，要在高收益噱头前保持理性，弄清楚这种收益是单纯的基金投资收益还是有商家补贴，补贴能否长期维持，是否会引发流动性风险等。其次，在概念上要明确，购买余额宝、理财通等是投资，把零钱存入银行是储蓄，两种行为有本质区别。

“是投资就有风险。”关锦鹏说，“银行

## 懂点财经“黑话”

远志

有次和同事在QQ上聊天。他问：最近股票怎么操作？我开玩笑随手敲了个“高抛低吸，波段操作”。然后他竟然回话说，嗯，不错。

整个对话过程没有涉及哪只股票，也没有涉及多高算高，多低算低。类似于这样不着四六的建议在很多地方都能看到，比如说铺天盖地的股评，再比如说算命。

算命先生伸出一根手指，能安排三个考生的前途——一个不中，一起考中，有一个不中，有一个考中。从逻辑上看，高抛低吸这样的财经“黑话”与算命先生竖起的那根手指，一样一样的。

他说，长期看，我们都会死。他的话换成语录体应该是这样的——一切没有标注具体期限的长短中期，都是无厘头。

较真的投资者，或者说真想真正搞明白投资的投资者，可以试着用企业平均的生存时间算作最长的长期。

再说个常见的，“晴雨表”，原意是预测天气的气压表。但是我们经常看到的用处是说什么是什么的晴雨表。比如说，股市是经济形势的晴雨表。但是，跟气压和雨雪阴暗有相对明确的对应关系不同，股市和经济形势之间的关系从来都是莫衷一是的，股市好，经济未必好，股市不好，

经济也未必不好，反过来同样。但是不知从什么时候开始，文字工作者们就把晴雨表安装在了他们之间。如果这让《生活大爆炸》中的科学家们知道，他们真的要爆炸了。

股市和经济之间的关系，有很多人用科学方法计算过，但是结论并不具有科学意义上的明确关系。我想，既然研究出股价和股息比值高时，这个比值会下降（其实就是说股价和股息之间的比值会“高抛低吸”）能获得诺贝尔经济学奖，如果谁能研究出股市和经济形势之间的关系，还不得来一打诺贝尔经济学奖？