

财富

周刊 WEEKLY

理性投资，财智生活

财眼看市

“壳基金”退潮

高云鹏

自2014年8月公募基金发行由核准制改为注册制后，基金产品发行进入快车道，2016年尽管A股市场持续震荡，赚钱效应不佳，债市年末遭遇大调整，但定增、保本、打新、定开债等品种先后扛起基金公司扩张规模的大旗。公募基金发行数量创出新高，2016年全年累计发行1226只，数量相比2015年增加44.07%。

在密集发行募集的大背景下，基金市场仍存许多隐忧：迷你基金增多，基金经理平均从业年限缩短、一拖多情形增多，机构在某些定制产品中占比过高、批量申报新产品成为热潮等情况牵动投资者的神经。

2016年是去杠杆、强监管的一年，对基金的监管也是层层加码：保本基金收紧，基金子公司去通道化、去规模化，分级基金门槛提高。2016年12月，监管层又下发《关于发布公募基金产品募集情况的通知》，明确2017年1月起，对存在以下六种情况的基金公司，将由有关部门派出机构进行现场核查。一是超期未募集产品数量达到或超过已批复募集基金产品总数的60%（分级基金及因外汇额度受限导致未能募集的QDII基金除外）的基金管理人，再次申报基金产品的；二是短时间大量申报基金产品的基金管理人；三是存在较多同质化基金产品未募集而再次申报同类型产品的基金管理人；四是迷你基金数量较多的基金管理人；五是基金经理“一拖多”管理基金产品现象较突出的基金管理人；六是一年内被采取两次以上行政监管措施等情形的基金管理人。

值得注意的是，随着2016年银行委外资金大幅涌入，基金公司为加快新产品发行节奏，选择提前密集申报来布局“壳基金”，一旦与委外客户达成意向后新基金便可尽快上线。

一般来说，拿到相关批文后，基金公司将在6个月内组织发行募集，超过此期限即被视为超期未募集。目前来看，这种提前布局、快速提高规模的方式变成了一把“双刃剑”：一方面随着监管的加强，超期募集现象突出的基金管理人将遭遇暂停申请新基金的尴尬境地；另一方面，一旦委外资金预期市场行情无法达到负债端的收益目标而需要重新考虑资产配置方式时，此前申报的“壳基金”就会变成无源之水。比如，近期债券市场的深度调整，就使得委外基金从盲目扩张向理性思考、科学布局转变。

与此同时，也应当看到，基金超期募集现象不仅仅来源于委外资金涌入，也来自基金管理人对后市布局的思路发生及时变化。比如，易方达基金在2015年股市剧烈调整时密集上报的相关基金产品并没有上线。

值得投资者关注的是，在债市调整的冲击下，许多委外性质的次新债基2016年收益率并不理想，尽管债市中长期配置价值仍在，但2016年末的市场调整，使得银行委外资金对债市趋于谨慎，未来权益投资的比重或将升高，这将对操作稳健、风控体系优秀，同时旗下具有明星权益类产品的基金产生利好。另一方面，委外之后的下一个风口，将是养老金入市以及公募FOF开闸。2016年9月23日，证监会正式发布并实施《公开募集证券投资基金运作指引第2号——基金中基金指引》，同年12月6日，全国社会保障基金理事会确定14家公募基金作为基本养老保险基金证券投资基金管理机构，这也意味着公募基金行业将迎来难得的机遇与创新。

（作者单位：上海证券）

春节红包攻略

本报记者 温宝臣

财富视线

▲ AR红包粉墨登场、QQ接力微信红包、微博推出直播和视频红包，在经历了2015年春节红包大战之后，鸡年春节红包有了更多新玩法

▲ 红包大战之所以惹人注目，原因在于，红包一端连着人，另一端连着钱，是移动互联网与线下商业结合的良好载体之一，是发展新用户的重要渠道。吸引流量完成战略布局，行业暗战从未停止



红包时刻表

★集五福：
从1月18日开始到除夕夜22点之前，使用“AR”扫“福”字，就可以随机获得福卡

1月20日开始到除夕夜22点之前，用户开通蚂蚁森林或者给好友浇水也可以随机获得福卡
兑奖时间：除夕夜22点18分

★QQ红包
“天降红包”：1月20日开始，商家和明星的现金红包将在全国陆续发放，到时候会出现很多“红包放置点”
“刷一刷”红包：1月27日，除夕夜18:00到23:45，不停点击屏幕，就有机会领取现金和卡券礼包

★新浪微博
集齐包含“让”“红”“包”“飞”4个字的财神卡，便可兑换888元现金红包
兑奖时间：除夕夜

今年春节会有红包大战吗？日前，腾讯集团微信事业群总裁张小龙表示，2017年春节微信不会再有微信红包的营销，以便让人们有更多时间和家人相处。支付宝春节红包项目负责人陈冠华则明确表示：“红包是传递情感和爱的工具，不应该被异化。”

如此看来，往年让大家“乐死不疲”的红包大战，今年似乎要变天。但情况并非如此，行业巨头暗地里的较量从未停止。

商场如战场，硬碰硬砸钱好似兵火连天，短暂的熄火看似风平浪静，实则暗流涌动，酝酿着新对抗。红包大战之所以惹人注目，原因在于，红包一端连着人，另一端连着钱，是移动互联网与线下商业结合的良好载体之一，是发展新用户的重要渠道。更为重要的是，在过去几年，支付宝和微信以及新浪微博通过一系列补贴行为，完成了消费者教育和使用习惯培养，更完成了移动支付布局。

春节是消费和社交高峰，行业巨头忙着巩固多年布局的成果，边扎篱笆，边模糊着边界，意图拓展疆域。红包肯定是有，怎么玩需要技巧。

尽管诸多玩家给出了价值几亿元的大红包，但是一平均就聊胜于无了。不过，抢红包重在参与，不然眼睁睁看着别人抢得不亦乐乎，“快乐是他们的，我什么也没有”，就尴尬了。为此本报记者特别整理推出鸡年春节红包攻略，帮助大家一起“薅羊毛”。

支付宝：集五福卷土重来

AR红包粉墨登场

看到“集五福”3个字，想必很多人内心是万马奔腾。支付宝第一次集福是在2016年春节期间，但是，由于“敬业福”数量稀少，引来指尖一族的一片口水。

今年支付宝准备“还债”。1月18日支付宝集五福活动正式上线，支付宝当天在其官方微信发布了一篇名为《我有个同事叫冠华》的文章。文章说，“今年，老板给我的唯一任务就是把去年欠大家的敬业福还给大家”，并表示“自己刨的坑含泪也

要填上”。

今年集五福有了一些新玩法。打开支付宝，在首页就能看到活动入口，使用AR扫一扫任意“福”字，就有机会领取一张福卡。福卡有6类，和

谐、爱国、敬业、友善、富强和万能福，还有机会获得顺手牵羊卡。万能福可在活动结束前转化为任意一类福，顺手牵羊卡可顺走好友的任意一张卡。另外，从1月20日开始到除夕夜22点之前，用户开通蚂蚁森林或者给好友浇水，也可以随机获得福卡。

今年支付宝准备了2亿元红包，截止到除夕夜22点18分，每一位提前集齐五福的用户都将随机获得红包。从目前情况来看，今年集福难度的确降低很多。截至1月23日，有超过5600万用户集齐五福。不过，集不齐也没关系，支付宝已经许诺，即使在规定时间节点之前没有集齐五福，开奖后没集齐福卡的人也能获得剩余福卡，不过与红包无缘了。

另外，2016年12月22日，支付宝发布了10.0版APP，最大特色就是加入了AR实景红包。具体来说，用户可以在支付宝上点击“红包”，选择“AR实景红包”，再选择“藏红包”，用户分别设置完位置信息、线索图、领取人等后，就生成了AR实景红包。领红包有两个条件：一是走到藏红包位置的500米范围内；二是找到线索图中的物体，打开支付宝扫一扫。

腾讯：微信新推“面对面”

QQ接力“红包战”

微信无疑是春节红包大战的最大赢家。借助红包，微信顺利完成了支付布局，其线下支付份额已经与支付宝不相上下。今年春节微信红包功成身退，QQ将接力“红包战”，意在拓展支付布局。

被寄予厚望，QQ撒红包也是相当卖力，投入了总价值达2.5亿元的现金和价值30亿元的卡券。QQ的核心产品是“LBS（位置服务）+AR（增强现实）天降红包”，分为商家红包、明星红包和个人红包3种。基于LBS技术，由商家和明星准备的现金

或卡券，将分布在全国数百万个地理位置点上。用户只需要打开手机QQ，下拉顶部“吊坠”，进入到地图，到达红包所在的位置后，就可以领取现金红包。网友只要在这些“红包放置点”的半径120米范围内，无需移动，点击红包将自动开启摄像头。

根据腾讯官方消息，1月20日到24日每天11点至21点，QQ将会在全国重点城市设置425万个红包入口方便用户领取其所处地区的红包。值得关注的是，QQ还会在一些特定的地理位置点发放大额红包，如北京朝阳大悦城、上海人民广场、天津恒隆广场以及广州白云万达广场等。此外，从1月20日到24日，用户也可以以个人的方式，在地图上向好友派发红包。

“天降红包”之后，QQ还将推出“刷一刷”红包。1月27日18点到23点45分，打开手机QQ下拉顶部吊坠，即可进入刷一刷环节。为了便于陌生人之间的礼尚往来，QQ红包还支持“面对面”发红包，将红包生成二维码转发他人扫一扫，不是好友也能互相收红包。

微信虽然不再是主角，但也沒闲着。1月23日，微信推出“面对面”红包。打开微信钱包后，进入面对面红包，选择红包金额、数量并支付，手机就会显示红包二维码，身边的人只要扫一扫二维码就可以领取红包。

微博：让红包飞一会儿

媒体推广“不差钱”

兼具媒体属性和社交属性的微博，一直未缺席红包大战。借助粉丝流量变现，微博日子相当滋润。2016年三季度财报显示，微博2016年9月的月活跃用户数较上年同期增长34%，环比增长5%至2.97亿，其中89%为移动端用户。2016年9月

财说

春节又至，支付宝集五福游戏让大家玩得不亦乐乎。与去年用户吐槽“敬业福”一福难求相比，今年支付宝显然“大方”了些，集齐五福的门槛大大降低：推出了万能福和顺手牵羊卡这两种特殊道具，万能福可以变身为任意一张短缺的福卡，顺手牵羊卡则可以从朋友那里抽取一张福卡；此外，在支付宝蚂蚁森林中给好友的树苗浇水等互动活动也能获得福卡。

双管齐下，今年集齐五福拿到红包的用户数几十倍于去年，虽然分享的红包总额并没有同比增长，但不少支付宝用户还是乐此不疲。

相比人们集福卡分红包的喜庆热闹，支付宝的东家们内心却是烦恼忧虑加煎熬：自从微信杀入支付行业，支付宝的江湖地位便每况愈下。

据易观数据显示，自2015年以来，微信支付市场规模在不断扩大，截至2016年第

红包背后的生意经

梁睿

三季度，其规模占比达38.12%。虽然支付宝仍占据移动支付市场头把交椅，但市场份额却从68.4%大幅下滑至50.42%。从数据看，当前支付宝与财付通的市场占有率呈现此消彼长趋势。微信支付在第三方移动支付的市场份额在新的一年有望超越支付宝。

微信支付之所以能在支付江湖上叫板支付宝，主要源于其庞大的社交网络圈支撑。目前微信活跃用户数为8亿，占据APP用户活跃排行榜首位。使用微信支付用户达到4亿。微信今天能有如此庞大的用户，在于其千方百计提升用户黏性的战略一以贯之。比如，2015年春节通过红包功能，轻而易举地让大家绑上银行卡；开放小程序功能，引入第三方入驻，其目标始终是巩固社交媒体的老大地位，使得微信始终成为用户手机中的“热”应用，在庞大用户的基础上再顺理成章发展支付、微商等新功能。

在微信咄咄逼人的攻势下，支付宝的老大地位堪忧。这让咤江湖十余载、鲜对对手的支付宝感到了实实在在的压力：再不想点法子在用户那刷刷存在感，说不定江湖老大将成江湖传说。这也是为什么连续两年春节支付宝要玩“集五福”游戏的原因。除了红包回馈用户，支付宝也想向社交软件转型，“师夷长技以制夷”，比如开通好友功能、推出“生活圈”，功能与微信朋友圈类似，晒照片小视频等一应俱全。

然而，功能全并不意味着一定有用户，尤其当微信在移动社交领域已经占据绝对垄断优势的时候，用户习惯已经养成，没有颠覆性的创新，很难改变这种局面。支付宝想让自身数亿“冷”用户，变成微信一样活跃的“热”用户，恐怕有不速。因社交功能派生支付功能，是热应用里嵌个冷应用，干的是顺水推舟的活；而要支付宝扛起社交功能的大任，却是小马拉大车，注定吃力不讨好。

支付宝从2003年诞生以来就是一个为了解决网络交易信用问题的支付工具，它一头连着商户，一头连着用户。尽管其应用功能已经大大拓展，能缴各种生活费用，相互转账，能订酒店机票，能买基金等等。但万变不离其宗，在社交关系上，支付宝是点对点，一对一，频度低，私密性强。人不能时时刻刻都在购物，但只要醒着，就无时无刻不在收发各种信息。因此微信的使用频次要远高于支付宝。所以在社交场景中，尽管支付宝用尽各种手段推广，其本身的属性决定了它很难逆袭成为通讯工具，一味向微信看齐，反而会捡了芝麻丢了西瓜。

对于支付宝而言，更应该干的是“高筑墙”“广积粮”，不断拓展支付功能的广度、深度，创造更新的支付应用场景，提升支付安全性，让大家花钱的时候第一时间想到你、相信你，而没有必要和微信在社交领域一争长短。