

“宝宝”难养，互联网大佬玩票据

收益高于7%的你要留个心眼

继“宝宝军团”后，票据理财产品正成为互联网金融的新战场。今年以来，阿里、新浪、苏宁、京东等互联网平台先后进军票据理财市场，在货币基金收益率连下台阶之后，这类产品正成为互联网企业攻城略地的新利器。

“宝宝”理财收益缩水 大佬急求新产品留住投资者

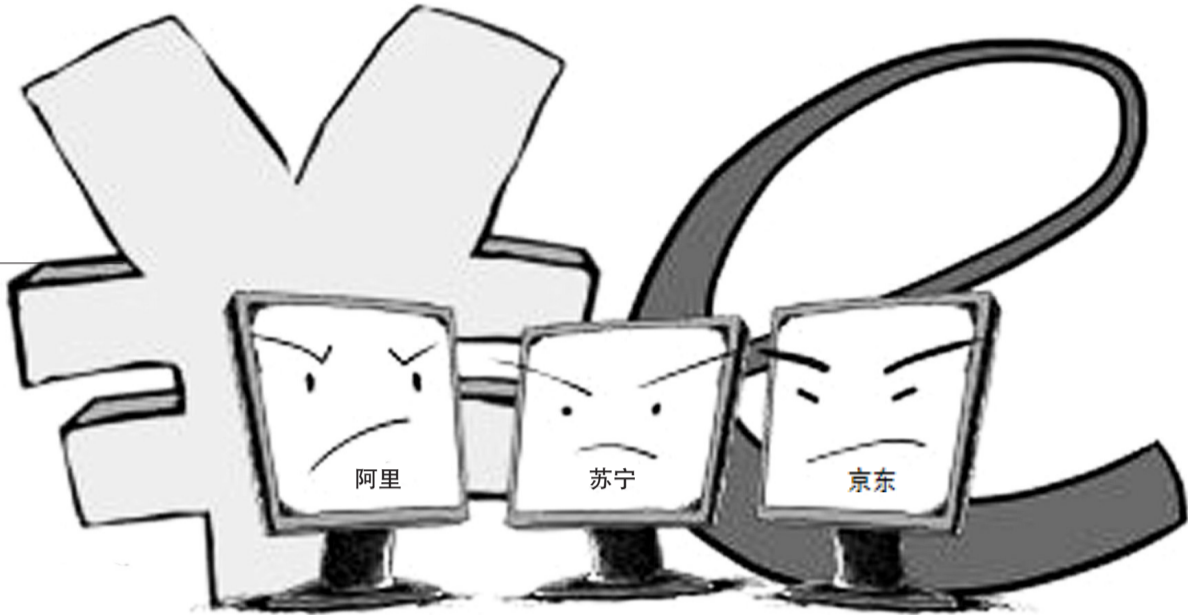
8月11日起，苏宁云商金融公司推出系列票据理财产品，均是和上海金银猫票据理财平台合作，预期收益率在6%—7%，产品很快售罄。

紧随其后，京东12日上线票据理财产品“小银票”，同样是与上海金银猫票据理财平台合作。

票据理财产品，其实是指融资企业以其持有的银行承兑汇票提供质押担保，通过互联网平台发布产品，向个人投资人融资。而银行承兑汇票由银行承兑，银行承诺到期后会无条件兑付该票据金额给予汇票的所有人。

其实早在今年4月，阿里巴巴定期理财“招财宝”平台上，首批上线的6只产品中就包括4只票据理财产品。5月下旬，新浪旗下微财富也试水票据互联网金融理财产品。

目前票据理财纷纷上线，缘于“宝宝”类理财产品市场热度退却。余额宝最新7日年化收益率只有4.159%，与年初的6.763%年化收益率相比，收益率缩水近四成。这使得部分投资者选择赎回，为了留住投资者，互联网电商们都在寻找新的理财产品，票据理财就是其中最热门的一种。



理财平台算盘都很精 收益高于7%的理财要留心

目前票据理财产品不少给出超7%的收益，吸引一众小伙伴参与，不过业内人士表示，超高收益并非合理，也不可持续。

票据理财的逻辑相当于用互联网票据理财平台筹集投资人的资金，为银行垫付票据贴现，和实际银行贴现效果一致。因此银行票据贴现水平是这类产品收益的指南针。据悉，目前半年期的票据贴现利率一般在3%左右，即使年化也

不过6%的水平。若互联网票据理财产品收益高于7%，那么融资方完全可以直接找银行去贴现，成本更低。

目前互联网上的产品为什么收益能超过7%？这其中最主要的原因是为了推广业务，大型互联网平台自己贴钱来吸引投资者眼球，比如某平台“票据宝”就曾采用过“+1.8%收益补贴”的收益机制。

此外，平台宣传的年化收

益率也有水分，比如某平台购买日与起息日之间相差一周左右的时间，这就相当于这7天，投资者的钱白白放在了平台，即使能够获得预期收益，实际利率也低于名义利率。

理财师表示，票据类理财产品收益很大程度上，和融资企业对资金需求的紧张程度、以及民间借贷成本有关。目前一些平台支付红包补贴抬高收益的现象，是不可持续的。



沪指探底回升 跌幅0.44%

昨日早盘两市双双低开，股指低位震荡后连续跳水。沪指盘中跌破5日线，临近午盘股指持续下挫寻求10日均线支撑，创业板则逆势上涨。盘面上，权重板块集体杀跌，券商、煤炭出现较大幅度回调，银行、地产、保险等紧随其后。午后大盘继续走低考验2220点，板块几乎全线飘绿。传媒股盘中爆发，演绎涨停潮，两市股指触底回升，创业板强势上攻涨幅超1%。

截至收盘，沪指报2230.46点，跌幅0.44%，成交1408亿元；深成指报8010.71点，跌幅0.15%，成交1743亿元。

投资顾问分析，本轮行情上涨超过10%，许多个股涨幅较大，市场没有经历象样的调整，积累的获利盘较多，大盘自身有调整的要求，昨日的下跌是正常的。大盘急跌，是以空间换时间，大盘下跌的时间将缩短，有利于行情在短時間內企稳上扬，重回上升趋势；同时，也给前期踏空资金和想逢低吸纳的资金以机会，吸引更多的资金入市，扩大牛市基础。

传媒股王者归来 掀涨停潮

昨日午后，板块大涨近5%，人民网、浙报传媒、凤凰传媒、时代出版、出版传媒、新华传媒、中文传媒等7股封涨停。

《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》的正式出台；中央财政下拨中央补助地方文化体育与传媒事业发展专项基金等一系列措施，将会提升文化传媒行业消费需求，从而进一步拉动行业基础性发展。

分析人士认为，市场将来会有一个持续的挖掘炒作，近期首先受益的是传统媒体，当传统媒体休整的时候，资金将转战新媒体，尤其是互联网为主的新媒体，最后市场将会深入挖掘传统和新兴整合较好的上市传媒公司。而第三类，将是未来重点布局，投资者可密切关注传媒股未来整合的动向，深入挖掘紧跟时代潮流的上市公司。

投资有风险，入市需谨慎。（本报综合）



9家直销银行抢理财市场

“银行系宝宝”后发制人跑赢余额宝

当余额宝类理财产品收益率逐步“破5”时，“银行系宝宝”们却后劲十足。

统计发现，国内正式推出直销银行业务的有民生、兴业、平安、上海、南京、重庆、包商、华润、江苏银行等9家银行。近日，民生直销银行的一款“定活宝”产品，5000万元的额度12分钟内售罄，引发了市民对直销银行的强烈关注。

目前，各家银行推出的直销银行仍以货币基金为主要产品。如民生直销银行的“如意宝”，兴业直销银行的“兴业宝”等。据统计，目前最高收益的

是兴业银行的兴业掌柜钱包，7日年化收益率达4.922%，其他多个银行系“宝宝”收益率早已在4.5%左右徘徊，除了华润银行的润日增、南京银行的鑫金宝和兴业银行的兴业宝的7天年化收益率低于余额宝的4.159%外，其余都高于余额宝的收益率。

业内人士建议，在市场资金面较为宽松，市场利率难以高企的情况下不妨抓住这波直销银行产品潮，锁定较高收益产品。不过有银行业分析师指出，目前银行系的货币基金规模总体不是很大，“不少银行也只是低调地在做，原因很简单，货币基金做得

越大，实际上是在提升自己的负债成本，但作为一种防御性措施，银行也必须要在业务上有自己的话语权。”

延伸阅读 直销银行名字“萌萌哒”

与传统银行“高大上”的地位不同，直销银行互联网味儿十足，如包商银行的直销银行名字为“小马bank”，平安银行的直销银行命名为“橙子银行”、南京银行的直销银行命名为“你好银行”，让人觉得“萌萌哒”。

假票据、背书不规范等风险。

诈骗团伙通过虚假的票据骗钱的现象屡有发生，且手法越来越高明，一些中小银行还曾在假票识别上栽过跟头。而个人投资者基本无法甄别票据真伪，因此，选择可靠且具有评审票据能力的平台是关键。

还有一个潜在风险就是背书风险。背书是票据的收款人或持有人在转让票据时，在票据背面签名或书写文句的手

续。背书的人就会对这张支票负责某种程度、类似担保的偿还责任，引申为担保、保证的意思。一般来说，多次背书转让之后，可能因为背书不连续，比如名称和印章不符、背书骑缝盖章不规范或者不盖骑缝章等问题，银行不予兑付。要规避这一背书风险，也是靠平台的力量去把控。投资者选择平台时，最重要是考量专业的验票团队的能力。

8月21日理财产品播报：宝类理财产品连续两日小幅上涨

产品名称	互联网企业	合作基金	7日年化收益率
理财通	微信	华夏财富宝	4.4700%↑
现金宝	网易	汇添富基金	4.4210%↑
百赚	百度	华夏现金增利货币A/E	4.3870%↑
零钱宝	苏宁	广发天天红货币	4.3090%↓
余额宝	支付宝	天弘增利宝货币基金	4.1690%↑

昨日，各类理财产品七日年化收益涨多跌少，其中十款产品上涨，两款产品下跌。银行类互联网理财产品收益率五只基金上涨，互联网企业理财产品五只上涨。互联网企业宝类产品与银行发售的宝类产品七日年化收益率继续延续上一交易日小幅回升的态势，但值得注意的是收益率排名第一的却在不断下滑。

收益率位居三名的是兴业银行银银平台的掌柜钱包、广州农商行的至尊宝和民生加银如意宝，收益率分别为4.8890%、4.6210%和4.4250%。

银行理财产品收益率排名居前的产品分别是九江银行、招商银行和平安银行发售的理财产品，其中招商银行和平安银行的理财产品虽然预期收益高，却在不断下滑。