

# 2016年三季度 互联网宝宝产品报告

出品单位：移动金融智选平台融360

出品时间：2016年 10月

2016

# 2016 年三季度互联网宝宝产品报告

发布单位：移动金融智选平台融 360

作者：王梦升

## 目录

前言.....	2
第一章 互联网宝宝发展概况.....	2
第二章 互联网宝宝规模分析.....	6
2.1 2016 年三季度互联网宝宝规模下降 4.59% .....	6
2.2 2016 年三季度宝宝规模前十排名.....	7
2.3 2016 年三季度宝宝规模增幅前十排名 .....	9
第三章 互联网宝宝收益分析.....	9
3.1 2016 年三季度互联网宝宝收益再创新低 .....	9
3.2 2016 年三季度互联网宝宝收益前十排名 .....	10
第四章 互联网宝宝流动性分析 .....	11
4.1 近半数互联网宝宝购买起点为 1 分.....	11
4.2 第三方支付系宝宝单日提现额度较小.....	12
4.3 超半数互联网宝宝可实现实时到账.....	13
第五章 2016 年四季度互联网宝宝产品发展预测.....	14

## 前言

2016 年前三季度国内生产总值 529971 亿元，按可比价格计算，同比增长 6.7%。分季度看，一季度同比增长 6.7%，二季度增长 6.7%，三季度增长 6.7%。分产业看，第一产业增加值 40666 亿元，同比增长 3.5%；第二产业增加值 209415 亿元，增长 6.1%；第三产业增加值 279890 亿元，增长 7.6%。从环比看，三季度国内生产总值增长 1.8%。我国经济仍处在转型升级、动能转换的关键阶段，国内因素和国际因素相互影响，不稳定不确定因素仍然较多，经济持续发展的基础尚不牢固。2016 年三季度宝宝规模持续下降，宝宝类产品收益也再创新低，一季度宝宝类产品平均收益为 2.80%，二季度宝宝类产品平均收益为 2.55%，三季度宝宝类产品平均收益持续下跌，收益为 2.54%。面对直线下跌的收益，如何为投资者的资金寻求更好的出路是当下金融机构亟待解决的问题。

## 第一章 互联网宝宝发展概况

自 2013 年 6 月余额宝上线开始，2013 年下半年至 2014 年上半年互联网宝宝迎来了爆发期，不管是传统型金融机构还是互联网金融机构纷纷推出各自的宝宝类货币基金。进入 2016 年后，新诞生的宝宝越来越少，市场进入饱和期，规模增长也开始放缓。随着收益的逐渐下降，宝宝类产品对投资者的吸引力逐渐降低。

融 360 数据显示，截至 2016 年三季度末，全国 72 家平台共推出 83 支宝宝产品，对接 68 支货币基金。

按照发行机构的主体分类，基金公司发行的互联网宝宝归类为基金系宝宝，银行发行的归类为银行系宝宝，第三方支付公司发行的归类为第三方支付系宝宝，基金代销机构发行的归类为代销系宝宝。截至 2016 年三季度，基金系宝宝共 32 支，银行系宝宝共 28 支，第

三方支付系宝宝共 15 支，代销系宝宝共 8 支。值得注意的是，大部分宝宝都对接一支货币基金，但也有部分宝宝对接两支或以上货币基金，另外也有一支货币基金对接多只宝宝的情况。

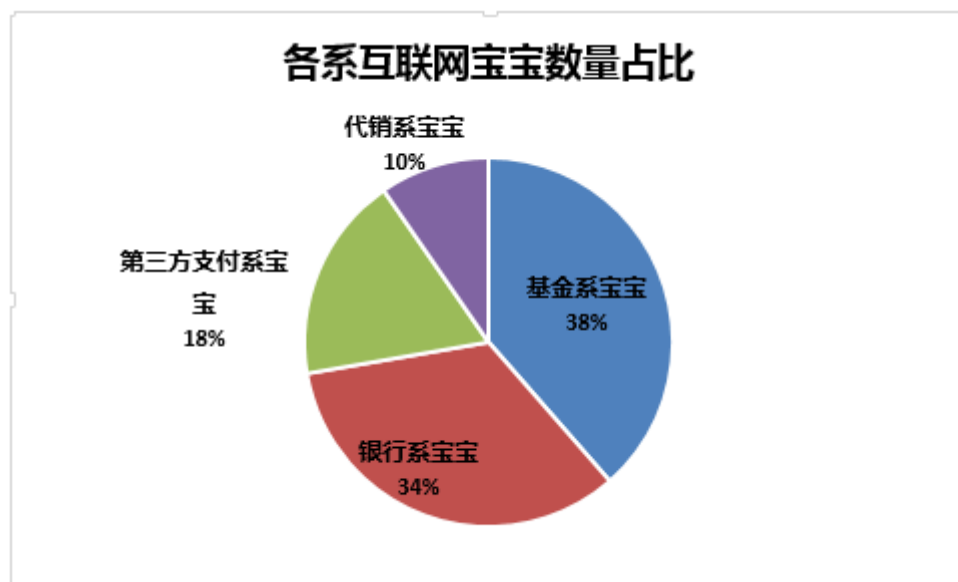


图 1 各系互联网宝宝数量占比

凭借着起点低、存取便捷、灵活性强、安全度高等特点，互联网宝宝短期之内迅速吸引了大批年轻的互联网用户，虽然这部分用户平均资产不大，但是数量基础十分庞大，为了吸引这部分投资者，金融机构积极推出自家的宝宝类产品。不过 2016 年以来市场资金面逐渐宽松，宝宝类产品收益大幅下滑，吸金能力逐渐减弱，新增宝宝产品也越来越少。

以下是基金系互联网宝宝产品名单：

表 1-1 基金系互联网宝宝名单

产品名称	平台	系别	合作基金
中银活期宝	中银基金	基金系	中银活期宝货币
国投瑞银货币	国投瑞银基金	基金系	国投瑞银货币 A
泰达宏利货币	泰达宏利基金	基金系	泰达宏利货币 A
壹诺宝	新华基金	基金系	新华壹诺宝货币
天天理财宝	富国基金	基金系	富国天时货币 A
长盛添利宝	长盛基金	基金系	长盛添利宝货币 A
南方现金宝	南方基金	基金系	南方现金增利货币 A
天添宝	中加基金	基金系	中加货币 A
诺安现金宝	诺安基金	基金系	诺安货币 A

现金袋	申万菱信基金	基金系	申万收益宝货币 A
e 钱包	易方达基金	基金系	易方达天天理财货币 A
长城工资宝	长城基金	基金系	长城货币 A
华泰柏瑞现金宝	华泰基金	基金系	华泰柏瑞货币 A
钱袋子	广发基金	基金系	广发钱袋子货币
富钱包	富国基金	基金系	富国富钱包货币
活期乐	嘉实基金	基金系	嘉实货币 A
倍利宝	银河基金	基金系	银河银富货币 A
融通现金宝	融通基金	基金系	融通易支付货币
汇添富现金宝	汇添富基金	基金系	汇添富现金宝
活期通	华夏基金	基金系	华夏现金增利货币 A
现金快线	工银瑞信基金	基金系	工银货币
现金增利宝	国富基金	基金系	国富日日收益货币 A
招财宝	招商基金	基金系	招商招钱宝货币 A
微钱宝	华安基金	基金系	华安日日鑫货币 A
国泰超级钱包	国泰基金	基金系	国泰货币
博时现金宝	博时基金	基金系	博时现金收益货币 A
增值宝	建信基金	基金系	建信货币
大成钱柜	大成基金	基金系	大成货币 A
交银现金宝	交银施罗德基金	基金系	交银货币 A
万家现金宝	万家基金	基金系	万家货币 A
宝盈货币	宝盈基金	基金系	宝盈货币 A
e 通宝	中海基金	基金系	中海货币 A

表 1-2 银行系互联网宝宝名单

产品名称	平台	系别	合作基金
壹钱包活钱宝	平安银行	银行系	平安大华日增利货币
鑫元宝	南京银行	银行系	鑫元货币 A
慧存钱	广发银行	银行系	广发天天红货币
平安盈	平安银行	银行系	南方现金增利货币 A
			平安大华日增利货币
聚利宝	重庆银行	银行系	南方现金增利货币 A
马宝宝	包商银行	银行系	南方现金增利货币 A
京喜宝	北京银行	银行系	中加货币 A
富利快线	富滇银行	银行系	易方达天天理财货币 A
江渝基金宝	重庆农商银行	银行系	易方达天天理财货币 A
薪金宝	中信银行	银行系	华夏薪金宝货币
掌柜钱包	兴业银行	银行系	兴全添利宝
民生如意宝	民生银行	银行系	汇添富现金宝货币
			民生加银现金宝货币
普发宝	浦发银行	银行系	汇添富货币 D

			浦银安盛日日盈货币 D
开鑫盈	江苏银行	银行系	诺安聚鑫宝货币 A
快线宝	上海银行	银行系	上银基金慧财宝
			易方达易理财货币
易发宝	广发银行	银行系	易方达易理财货币
智慧金	南洋商业银行	银行系	易方达易理财货币
薪金煲	中信银行	银行系	信诚薪金宝货币
朝朝盈	招商银行	银行系	招商招钱宝货币 A
兴业宝	兴业银行	银行系	大成现金增利货币 A
添金宝	渤海银行	银行系	诺安理财宝 A
速盈	建设银行	银行系	建信现金添利货币
工银薪金宝	工商银行	银行系	工银薪金货币 A
智能金	广发银行	银行系	易方达货币 A
快溢通	交通银行	银行系	交银货币 A
			嘉实货币 A
			博时现金收益货币 A
			南方现金增利货币
			广发货币
			华夏现金增利货币 A
			农银货币 A
			银华货币 A
			易方达货币 A
			鹏华货币 A
富安达现金通货币 A			
增金宝	浙商银行	银行系	易方达增金宝货币

表 1-2 第三方支付系互联网宝宝名单

产品名称	平台	系别	合作基金
美盈宝	国美在线	第三方支付	诺安天天宝 A
佣金宝	腾讯	第三方支付	国金通用金腾通货币
零钱宝	苏宁	第三方支付	汇添富现金宝
			广发天天红
和聚宝	中国移动	第三方支付	汇添富和聚宝
沃百富	中国联通	第三方支付	富国富钱包货币
京东小金库	京东	第三方支付	嘉实活钱包
			鹏华增值宝
百度百赚	百度	第三方支付	华夏现金增利货币
			嘉实活期宝
网易现金宝	网易	第三方支付	汇添富现金宝
电信添益宝	中国电信	第三方支付	汇添富现金宝
微财富存钱罐	新浪微财富	第三方支付	汇添富现金宝

微信理财通	腾讯	第三方支付	广发天天红
			汇添富全额宝
			易方达易理财
			华夏财富宝
余额宝	淘宝	第三方支付	天弘增益宝
联通话费宝	中国联通	第三方支付	安信现金管理货币 A
沃慧宝	中国联通	第三方支付	光大货币

表 1-3 代销系互联网宝宝名单

产品名称	平台	系别	合作基金
收益宝	同花顺	代销系	南方现金增利
			国泰现金管理货币
			银华货币
			国泰货币
			景顺长城货币
			博时现金收益货币
			广发货币
众禄现金宝	众禄基金	代销系	银华货币 A
			海富通货币 A
活期盈	和讯	代销系	海富通货币 A
数米现金宝	数米基金网	代销系	海富通货币 A
活期宝	天天基金网	代销系	长城货币 A
储蓄罐	好买基金	代销系	工银货币
盈利宝	金融界	代销系	鹏华货币 A
凤凰宝	凤凰网	代销系	工银货币

## 第二章 互联网宝宝规模分析

### 2.1 2016 年三季度互联网宝宝规模下降 4.59%

据融 360 监测的数据显示，截至 2016 年三季度末，83 只互联网宝宝对接的 68 只货币基金的总规模为 16351.49 亿元，较 2016 年第二季度末减少了 786.92 亿元，降幅为 4.59%。在全部货币基金中，2016 年第三季度规模增长的有 28 只，规模下降的有 40 只。

从规模排名较前的货币基金来看,大多是知名的大中型银行、第三方支付平台或者基金公司发行的宝宝类产品。其中,三季度末余额宝规模为 7943.88 亿元,较 2016 年第二季度减少 2.69%,余额宝规模首次下降。

从规模变化来看,降幅最大的是国富基金的国富日日收益货币 A,三季度末规模为 1.11 亿元,较二季度末规模降低 62.37%。除此之外,建信基金的建信货币、银河基金的银河银富货币 A 规模相比于二季度都降低了 48.29%、43.05%。

在收益逐渐下降的情况下,三季度宝宝类产品规模也出现小幅下降,其中基金系宝宝下降幅度最大,环比下降 19.95%,银行系宝宝、代销系宝宝和第三方支付系宝宝也出现下降,下降的幅度为 6.05%、3.21%和 2.43%。宝宝类产品规模总体呈下降趋势,主要有原因有:在互联网经济盛行的时代背景下,互联网宝宝市场明显趋于饱和,同质化显现、同类产品过多导致竞争加剧、新生“宝宝”越来越少,整体规模增长走低。此外,近两年内多次降准降息、市场资金环境逐步宽松、利率不断走低也导致互联网宝宝的收益率渐行渐低。理财渠道的增多也使得互联网宝宝市场逐渐低迷下来。无论是在收益率方面亦或是流动性方面,互联网宝宝正在逐渐失去其优势,被更多的理财产品所替代。

## 2.2 2016 年三季度宝宝规模前十排名

表 2-1 2016 年三季度宝宝规模前十排名 (亿元)

宝宝名称	平台	系别	合作基金	规模	环比
余额宝	淘宝	第三方支付	天弘增益宝	7943.88	2.69%↓
储蓄罐	好买基金	代销系	工银货币	1442.77	5.64%↓
凤凰宝	凤凰网	代销系	工银货币	1442.77	5.64%↓
现金快线	工银瑞信基金	基金系	工银货币	1442.77	5.64%↓
速盈	建设银行	银行系	建信现金添利货币	771.73	31.91%↓
掌柜钱包	兴业银行	银行系	兴全添利宝	679.83	1.52%↓
快溢通	交通银行	银行系	华夏现金增利货币 A	584.68	8.79%↓
百度百赚	第三方支付	百度	华夏现金增利货币	584.68	8.79%↓



活期通	基金系	华夏基金	华夏现金增利货币 A	584.68	8.79% ↓
民生如意宝	民生银行	银行系	汇添富现金宝	455.16	15.50% ↑
网易现金宝	网易	第三方支付	汇添富现金宝	455.16	15.50% ↑
电信添益宝	中国电信	第三方支付	汇添富现金宝	455.16	15.50% ↑
微财富存钱罐	新浪微财富	第三方支付	汇添富现金宝	455.16	15.50% ↑
汇添富现金宝	汇添富基金	基金系	汇添富现金宝	455.16	15.50% ↑
壹钱包活钱宝	平安银行	银行系	平安大华日增利货币	396.22	17.56% ↑
平安盈	平安银行	银行系	平安大华日增利货币	396.22	17.56% ↑
微信理财通	腾讯	第三方支付	华夏财富宝	388.79	7.89% ↑
快溢通	交通银行	银行系	嘉实货币 A	338.16	17.27% ↓
活期乐	嘉实基金	基金系	嘉实货币 A	338.16	17.27% ↓
平安盈	平安银行	银行系	南方现金增利货币 A	258.57	6.73% ↓
聚利宝	重庆银行	银行系	南方现金增利货币 A	258.57	6.73% ↓
马宝宝	包商银行	银行系	南方现金增利货币 A	258.57	6.73% ↓
快溢通	交通银行	银行系	南方现金增利货币	258.57	6.73% ↓
收益宝	同花顺	代销系	南方现金增利	258.57	6.73% ↓
南方现金宝	南方基金	基金系	南方现金增利货币 A	258.57	6.73% ↓

注：如果一只货币基金对接多只宝宝，在这种情况下，我们只能获取单只货币基金的总规模，但无法获取宝宝产品的规模以及该只货币基金分别从各个渠道募集了多少资金。

三季度规模排名前十的货币基金仅有 3 只规模上升，7 只规模下降。在全部 68 支货币基金中，余额宝对接的天弘增益宝货币基金仍然遥遥领先。2015 年四个季度余额宝规模分别是是工银货币的 7.1 倍、4.5 倍、3.2 倍和 3.16 倍，2016 年一季度出现反弹，上升至 4.2 倍，二季度 5.34 倍，三季度 5.51 倍。

融 360 理财分析师从规模排名靠前的货币基金中总结出以下特征：1. 成立越早、规模越大。一般在这种情况下可以抢先争取市场份额，第一时间打响知名度，余额宝便是一个典型的例子。2. 在互联网宝宝规模大多数都呈现不同程度下降的情况下，银行系宝宝规模下降较为缓慢。这是因为银行客户多、资源广，向客户推荐购买宝宝类产品更为容易。如今很多银行在储户存款的时候都建议储户选择银行系宝宝，将其作为对活期存款的一种替代。

## 2.3 2016 年三季度宝宝规模增幅前十排名

表 2-2 2016 年三季度货币基金规模增幅前十排名 (亿元)

宝宝名称	系别	平台	合作基金	规模	环比
网易现金宝	第三方支付	网易	富安达现金货币 A	1.18	372.00% ↑
民生如意宝	银行系	民生银行	景顺长城货币	4.26	105.80% ↑
诺安现金宝	基金系	诺安基金	国泰货币	216.5	50.93% ↑
现金袋	基金系	申万菱信基金	国泰货币	216.5	50.93% ↑
微信理财通	第三方支付	腾讯	华夏薪金宝货币	147.49	41.82% ↑
京东小金库	第三方支付	京东	鹏华增值宝	64.9	35.77% ↑
零钱宝	第三方支付	苏宁	易方达增金宝货币	127.19	26.14% ↑
美盈宝	第三方支付	国美在线	广发货币	84.1	25.15% ↑
收益宝	代销系	同花顺	广发货币	84.1	25.15% ↑
收益宝	代销系	同花顺	工银薪金货币 A	61.88	24.21% ↑
收益宝	代销系	同花顺	中海货币 A	2.65	23.83% ↑
增金宝	银行系	浙商银行	中银活期宝货币	121.65	19.44% ↑

三季度规模增幅前十的货币基金对接了 10 只互联网宝宝，其中 2 只基金系、2 只银行系、5 只第三方支付系、3 只代销系，规模增幅都在 10% 以上，和上季度相比，第三方支付系规模增幅数量占比较大。

## 第三章 互联网宝宝收益分析

### 3.1 2016 年三季度互联网宝宝收益再创新低

2016 二季度互联网宝宝产品收益持续走低，3 个月收益率分别为 2.63%，2.51%，2.51%。在 2016 年三季度，互联网宝宝产品收益持续下跌，三个月平均收益为 2.54%，宝宝产品收益降低符合市场预期，目前经济增长压力较大，社会融资成本仍然偏高，央行动用灵活的货币政策，市场利率一降再降，利率市场化也在加快步伐，各类理财产品收益下跌。

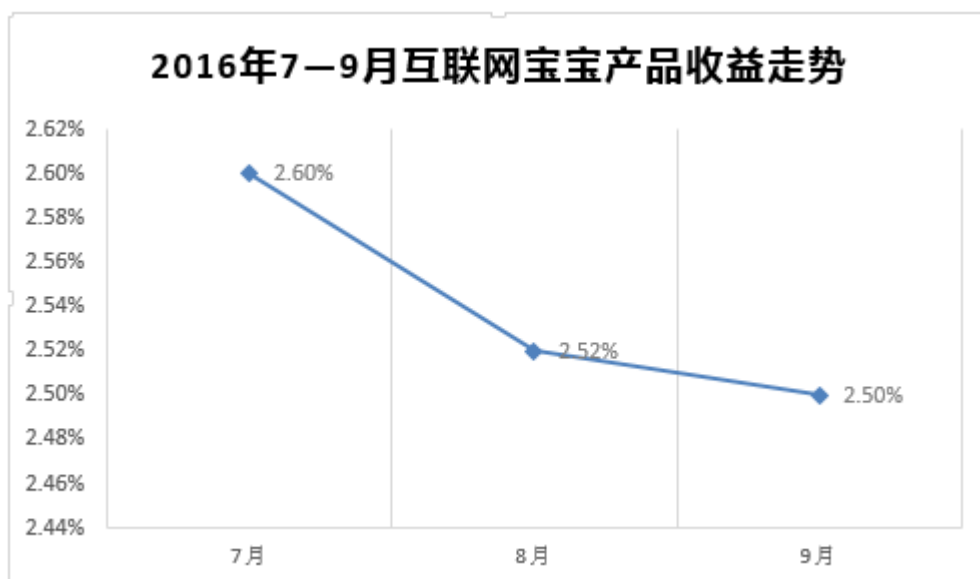


图 3-1 2016 年 7—9 月互联网宝宝收益走势图

从不同系别宝宝产品收益来看,三季度银行系宝宝产品收益最高,平均收益率为 2.60%,第三方支付系、基金系、代销系宝宝产品分列二、三、四位,平均收益率分别为 2.59%、2.49%、2.44%,收益差距不大。互联网宝宝对接的是货币基金,其资金主要投向银行存款及结算备付金,这部分通常能占到 60%以上,除此之外,少部分资金投向于债券及其它资产,基本上都是风险等级较低的资产标的,且各货币基金资金投向趋同,这也就决定了各个宝宝类产品之间的收益差距不会太大。

### 3.2 2016 年三季度互联网宝宝收益前十排名

表 3-1 2016 年三季度互联网宝宝收益前十排名

宝宝名称	平台	合作基金	系别	平均收益率
薪金宝	中信银行	华夏薪金宝货币	银行系	3.06%
和聚宝	中国移动	汇添富和聚宝	第三方支付	3.04%
微信理财通	腾讯	华夏财富宝	第三方支付	2.97%
增金宝	浙商银行	易方达增金宝货币	银行系	2.89%
快线宝	上海银行	易方达易理财货币、 上银基金慧财宝	银行系	2.85%
易发宝	广发银行	易方达易理财	银行系	2.85%

智慧金	南洋商业 银行	易方达易理财货币	银行系	2.85%
微众银行活期+	招商银行	国金通用众赢货币	银行系	2.85%
佣金宝	腾讯	国金通用金腾通货币	第三方支付	2.80%
沃百富	中国联通	富国富钱包货币	第三方支付	2.79%
富钱包	富国基金	富国富钱包货币	基金系	2.79%
掌柜钱包	兴业银行	兴全添利宝	银行系	2.75%
京喜宝	北京银行	中加货币 A	银行系	2.71%
天添宝	中加基金	中加货币 A	基金系	2.71%
e 通宝	中海基金	中海货币 A	基金系	2.69%
国泰超级钱包	国泰基金	国泰货币	基金系	2.69%

注：由于不同宝宝可能对接同一只货币基金，这样宝宝的收益率是相同的，因此表格中是收益前十名的货币基金排名。

三季度互联网宝宝中收益最高的是薪金宝，平均收益率为 3.06%，和聚宝和微信理财通分列二、三位，平均收益率分别为 3.04%、2.97%。从排名前十的宝宝产品来看，各个宝宝之间的收益差距并不是很大，没有明显超出平均水平。对于投资者来说，想要从互联网宝宝中获取较高的收益不切实际，理财市场收益较高的活期理财产品一般不是货币基金，而是其他债权类产品。

## 第四章 互联网宝宝流动性分析

与其它理财产品相比，互联网理财产品最大的优势就在于流动性，主要有三项考察指标，一是购买门槛，二是单日提现额度，三是赎回到账时间，其中资金赎回到账时间最为关键。

### 4.1 近半数互联网宝宝购买起点为 1 分

互联网宝宝的购买门槛分为 1 分、1 元、100 元、1000 元四个档次，据融 360 监测的数据显示，购买起点为 1 分的宝宝占比 48%，购买起点为 1 元的占比 24%，购买起点为 100 元的占比 25%，购买起点为 1000 元的占比 3%。

## 互联网宝宝购买门槛分布

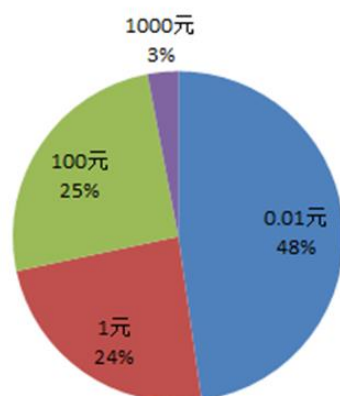


图 4-1 互联网宝宝购买门槛分布

从互联网宝宝的购买起点来看,购买起点为 1 分的宝宝占到将近一半,购买起点在 100 元以内的宝宝占到 97%, 宝宝类产品大打亲民路线。目前银行理财的认购起点至少为 5 万元,基金的认购起点大多为 1000 元,股票的购买起点为 100 股(多数股票价格都在 1 元以上),信托的投资起点为 100 万元,与其他理财领域的产品相比,互联网宝宝的购买起点要低很多,广受大众投资者青睐。

## 4.2 第三方支付系宝宝单日提现额度较小

为了防止出现大规模挤兑现象,大部分互联网宝宝设置了单日最大提现额度限制,不同宝宝的赎回限额差别较大,有的宝宝没有赎回上限,有的宝宝单日赎回限额仅 5 万元。据融 360 监测的数据显示,单日赎回上限为 50 万元的宝宝最多,占比 22%,其次是单日赎回上限为 5 万元的宝宝,占比 16%,另外还有 13%的互联网宝宝没有设置赎回限制。

从不同系别宝宝的单日提现额度来看,银行系宝宝的单日提现额度较大,第三方支付系宝宝的单日提现额度较小。为何银行系限制小、第三方支付系限制大呢?主要有两方面的因素:

一方面,银行资金规模较大,基本不会出现挤兑危机,而第三方支付机构的资金量无法

与银行抗衡，一旦出现大规模赎回现象，将在很大程度上影响货币基金的稳定性。

另一方面，自 2014 年初开始，各大银行，尤其是国有四大行，纷纷下调余额宝等互联网宝宝的转入及转出限额；此外，央行也多番“泼冷水”，比如限制第三方支付的转账及消费金额，第三方支付系宝宝遭遇双方夹击。

### 互联网宝宝单日提现额度分布

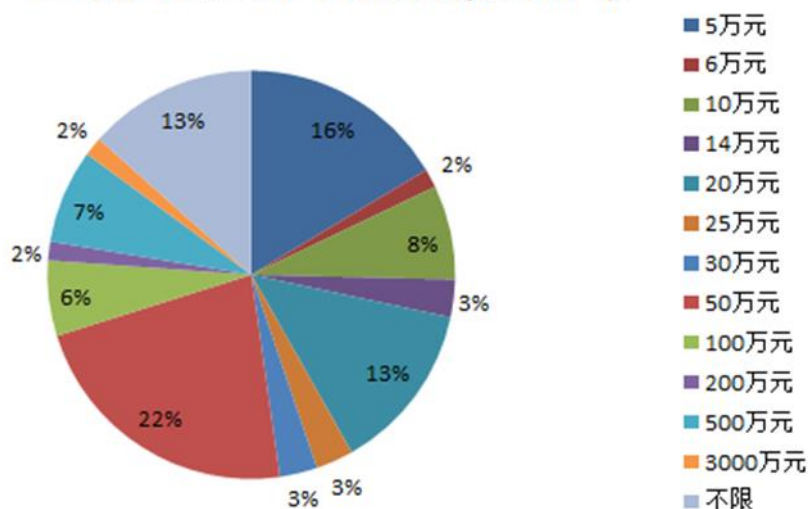


图 4-2 互联网宝宝单日提现额度分布

## 4.3 超半数互联网宝宝可实现实时到账

资金赎回到账时间最能反应理财产品的流动性高低，据融 360 监测的数据显示，51% 的互联网宝宝提现可以实现实时到账，另外还有 40% 的宝宝是有条件实时到账，比如有的宝宝需要在工作日赎回，有的宝宝在夜间无法赎回。整体来看，大部分的宝宝都可以实现实时或当日到账，很多宝宝甚至与银行活期账户资金一样灵活，流动性非常强。在变现时间上，相对于其它三系宝宝，第三方支付系宝宝的变现时间要相对慢一些。

## 互联网宝宝变现时间分布

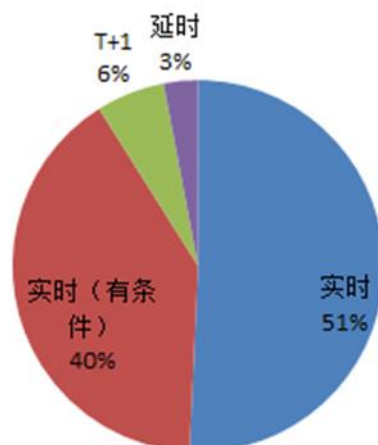


图 4-3 互联网宝宝变现时间分布

## 第五章 2016 年四季度互联网宝宝产品发展预测

2016 年三季度互联网宝宝产品收益仅为 2.54%，再创新低，从中可以看出宝宝收益率已经处于较低水平，虽然仍处下降通道，但不会出现较大波动，这与市场长时间稳定释放流动性有关。宝宝与银行理财、P2P 等投资方式相比，收益优势已经不再，一段时间内很难再回到曾经 5% 的平均收益，但和银行理财相比宝宝流动性好，和 P2P 相比安全性更高。

展望 2016 年第四季度，央行货币政策实际操作来看，降准降息等宽松预期一再落空，逆回购期限一再拉长，市场融资成本逐渐抬升，显示年内货币政策实际转向中性偏紧，中期来看，利率水平将保持稳定。因此，四季度互联网宝宝产品整体收益将震荡探底，将会保持平稳状态。

七日年化收益率

余额宝

万份收益

4.12%

百度百赚

3.13%