

网易搭易信入局网络金融

# 互联网理财鏖战年末市场

理财有多深?互联网有野心。在阿里、百度、腾讯相继明确互联网金融业务后,又一家巨头网易也正式加入该领域,让原本业务平静的互联网年末顿时剑拔弩张。

网易宣布今日正式推出在线理财平台“网易理财”,并将于12月25日开售活期理财“添金计划”,除了投资收益,网易还将进行高达5%的活动补贴。今日起,用户即可登录网易理财8.163.com注册开户。

据悉,“添金计划”的核心产品选自基金公司汇添富运营的“现金宝”货币基金。公开数据显示,汇添富“现金宝”自成立至今收益稳健丰厚,稳居同类产品前列。

据数米基金网12月16日最新排名,汇添富“现金宝”收益水平领先大部分同类货基产品,也远高于多款互联网金融同类热销产品。

据网易相关负责人介绍,该计划1分钱起购,随存随取,快速到账。值得注意的是,网易此番活动主体是针对易信用户推



出的高额补贴方案。据悉,在活动期间购买该计划的易信用户,不仅能获得产品收益,还能享受网易5%的现金补贴。

而在具体功能上,易信也有配套:用户通过网易理财易信公众号,可以随时查看收益,了解最新理财产品。网易理财还计划与易信合作更多功能开发,将互联网金融向移动端延展。

网易相关负责人称,产品初期将以基

金和保险理财为主,后续还会补充更多创新型理财产品。

而未来,网易将通过完善支付工具、增强移动端产品功能、扩展支付场景加快布局网易自有金融生态圈,打造更强金融综合体。

事实上,每年年末都是互联网产品发布淡季,但基于年底“钱荒”带来的货基产品收益增厚的一般市场规律,这一时间段

成为金融产品争夺的旺季。各大银行相继推出年化收益率在5%-6%的理财产品,带动了年末理财产品收益率上升。

而互联网企业也不甘示弱。

资料显示,12月6日,天天基金网宣布推出年化收益率达10%-11%的产品,但投资门槛要100万元起;12月9日,数米基金网推出“数米胜百八”计划,投资门槛1000元,声称参与并分享活动将获得最高年化收益率8.8%的回报;12月15日,挖财推出“18理财日”行动,产品带给用户的年化收益率升至8.88%-10%,投资门槛为100元;12月17日,百度披露“百发”新计划。

业内人士认为,互联网公司借助自身庞大的用户基数或流量规模进入互联网金融正成为一种潮流,一方面互联网公司成为理财产品销售渠道将流量兑现成收益,另一方面理财机构通过拓展渠道将理财产品覆盖到更多的购买人群。

北京商报记者 张绪旺

## 微观点

@陈永东 知名IT博主

100%的首席营销官认为成功的品牌需利用用户数据驱动营销决策;然而45%的公司未使用数据个性化营销沟通;87%的营销人认为抓取与分享正确的数据对有效测量ROI至关重要;77%的营销人将整合传统营销与数字营销当做主要目标。

@范锋 速途网CEO

互联网创业的浪潮,正在被移动互联网激活。不过,不要指望创业道路凭借一两个想法创意就能通往成功大道,绝大多数创业都注定是会失败的,关键在于团队、节奏、资金等要素组成的有机体是否能经得起市场检验。现在各个应用领域已经没有超过3个月的先机了。

@金错刀 微创新研究中心创始人

过去的两年半,HTC市值蒸发90%,它最大的教训是缺乏温度感。1、缺乏对终端的温度感和控制力。2、用户的温度感严重缺乏。3、不擅长吃软件。

## 百度百发推团购金融谋差异化

百度涉足互联网金融行业不久,但其对产品的持续创新却备受业界关注。

昨日,“百度金融中心——理财”平台宣布,其互联网金融组合形式理财服务“百发”将于本月23日正式推出,该产品采用百度首创的“团购金融”模式,旨在降低金融产品交易双方的成本,成为互联网金融创新的又一尝试。

据百度金融中心相关负责人表示,“百发”是一个互联网金融模式的创新,是一项组合形式的理财服务,是百度理财平台的一个服务品牌,并不是具体的理财产品名称。该产品服务后端对接的本期金融产品为嘉实基金专为百度金融中心理财平台定制的团购金融产品。

北京商报记者从百度方面了解到,百度首创的“团购金融”模式,是指为高效聚合广大用户投资需求而发起的团购形态,其参与产品的设

计、购买、客服全流程,是一种新型的以金融理财产品和服务为交易对象的互联网金融新模式。

数据显示,如今互联网用户每天的搜索请求中有3.3亿次与理财密切相关。百度金融借助搜索入口不断累积的大数据优势,可以更加深入地洞察用户的真实性、深层次理财需求。

“在百度理财平台上,我们发现中小投资者(小于10万元)占比97%,年龄在21-35岁占比75.7%,三线城市到一线城市外来务工人员占比74.6%。这群投资者拥有大量的零散资金,对价格敏感,希望收益高而费用低,习惯网上购物,观点超前。”百度金融中心相关负责人如是说,这些特点即是团购金融的核心要素,网上投资理财人群80%都有团购金融的强烈需求。

该人士进一步介绍称,12月23日开始提供的“百发”产品将100%投

资银行协议存款,并且破除协议存款最低起存金额一般为一次性存入人民币3000万元的高门槛,1元起购,一般散户和网民都可进场。

对此,理财专家向北京商报记者直言,百发开创的团购金融模式可以让投资者获利更多。

“一方面积少成多增加了投资者跟金融机构的议价筹码,降低了投资者的费用负担,比如此款产品的整体费率水平相对同类产品降低了60%”,业内人士如是说,“另一方面,团购金融是团购协议存款的创新模式,它走的正是零售变批发的路子,百发协助中小投资者获取机构客户的交易价格优势,为客户节约交易成本。”

站在百度的角度来看,“输出个性化的产品和服务是我们这个平台的运行策略”。上述百度金融中心相关负责人如此认为。

北京商报记者 魏蔚

## · 资讯 ·

### Brother集团将加重在华业务

日本打印和缝纫集团Brother公司CEO小池利和近日携高管来华介绍发展策略,强调将加强在华业务。

小池利和介绍了Brother集团的中期战略,即五年规划:在2011-2015年期间实现销售额较2010年1.5倍的增长。即便是在目前经济形势严峻的情况下,这一目标依旧不变。

据悉,Brother集团先后经历了三次发展浪潮:缝纫机专业时代、机械技术带来的多元化时代和机电一体化时代、网络与信息内容时代。而目前实现第三浪潮的关键是:不断拓展新事业和实现真正的全球化。

小池利和介绍,公司已经在全世界44个国家和地区设置了17个生产基地、52家销售公司,为了支持面向中国及一些新兴国家的产品研发,更加重视对中国市场的投入,包括分布在各地的数个子分公司,以图构建起集开发、生产、销售于一体的应对体制,未来还将增加研发费用的投入,加大力度培养国际型人才,不断开拓全新事业,持续地推进全球化。北京商报记者 张绪旺

## PPTV聚力主攻娱乐体育内容

在去年“娱乐互动视频新媒体”战略的既有基础上,PPTV聚力今年决定继续深入此差异化打法,将娱乐、自制和体育版权作为传播重点。此外,手握苏宁资本的PPTV聚力还直言借“干爹”扩大多屏联播的营销覆盖面,在布局多屏硬件后从营销模式上求突破。

在视频网站独播综艺年明年正式开启之前,PPTV聚力就已提前完成内容布局。北京商报记者了解到,通过与江苏卫视达成为期两年的全频道独家战略合作,PPTV聚力将从明年独家播出江苏卫视旗下所有节目。除《非诚勿扰》、《一站到底》、《芝麻开门》和《非常了得》将独家登陆PPTV全平台之外,还有多达8个季播节目。

值得一提的是,PPTV聚力在网台联动方面的尝试。据了解,PPTV聚力与英传传媒联合出品、联手广

西卫视推出中国首部260集全年度多屏联动大型都市青春情景喜剧《女神办公室》,该剧尝试与苏宁合作上线全新的视频链OVO广告模式,并与传统卫视合作,让电视看剧、网络跟剧、多终端追剧、平台评剧互动吐槽的新型观看模式获得用户认可,同时也使其实现广告主网络投放对电视投放的有效补充。

而对于明年版权重点之一的体育内容,PPTV聚力不仅加大了版权数量,还在营销创新上率先创新。据悉,PPTV聚力长期包揽中超、CBA、亚冠、欧洲五大联赛、NFL等诸多独家版权,通过网页端、客户端及移动终端向用户呈现五大洲各队的热比拼。

PPTV聚力方面向北京商报记者透露,今年亚冠两场中韩对决在PPTV聚力站内平均收视率达到2.1,累计收视人数超1500万,该数据直逼传统电视的直播收视人数。仅针对

主客场两轮亚冠决赛,PPTV聚力就获得海飞丝、日加满、东风悦达起亚等广告客户的百万投放,而线上环球加线下活动直播侃球的多维度精准营销也成为时下广告主体育营销的标配。

目前,独家内容、多屏互动、体育直播以及创新营销已成为PPTV聚力的营销根基,PPTV聚力希望与广告主共同挖掘并利用视频展开营销。今年以来,PPTV聚力推出跨屏营销策略,旨在帮助品牌在PC端、移动端进行有效的广告投放配合,达到最优优化效果,营收同比去年增长4倍,移动端营收占行业五成。其中,奢侈品行业客户占据将近四成,汽车行业客户占三成次之。PPTV聚力认为明年不仅是移动和家庭互联网的持续爆发之年,也将是网络视频走向主流媒体之年。

北京商报记者 魏蔚