

■本报记者 吉雪娇

去年12月下旬以来，互联网宝宝收益连续三周“破3”，为投资者带来久违的“暖意”。不过，好景不长，就在本周，互联网宝宝再度回落至“二时代”。值得关注的是，在各类型产品中，“银行系”宝宝表现相对更好。除此之外，市场人士认为，银行“T+0”理财亦值得关注。

收益重心回落至3%以下

由于多款通过互联网渠道销售的货币基金均以“宝”命名，各种“宝类”货币基金亦被统称为互联网宝宝。

12月下旬，受年底流动性收紧影响，互联网宝宝收益率重回“三时代”。据融360统计数据，12月21日-27日，78只互联网宝宝产品的平均七日年化收益率为3.11%，环比上升0.17个百分点，创15周新高。随后两周，互联网宝宝平均七日年化收益率亦分别为3.25%与3.02%，均在3%以上。

不过，随着年底资金面最紧张时刻的过去，市场人士预计，本轮反弹趋势不会持久。就在1月15日，央行全面降准实施。而互联网宝宝收益也应声回落。截至本周（1月11日-18日），互联网宝宝收益已重回“二时代”，平均七日年化收益率为2.87%，创近两个月新低。

与此同时，互联网宝宝收益重心也由3%以上回落至2%-3%之间。具体来看，在78只互联网宝宝对接的127只货币基金中，本周七日年化收益率在3%-4%之间的有51只，2%-3%之间的有72只，2%以下的有4只。

而从不同类型销售平台来看，银行系宝宝平均七日年化收益率为3%，平均万份收益亦在0.8元以上，位居榜首。仅次于其后的是第三方支付系宝宝，平均七日年化收益率为2.9%。此外，基金系宝宝和代销系宝宝平均七日年化收益率分别为2.8%和2.67%。

春节前仍有下调空间

那么，目前互联网宝宝整体表现如何？哪些产品收益相对较高？以1月17日为例，新华基金“壹诺宝”、民生银行“民生如意宝（民生加）”、博时基金“博时现金宝（博时现）”七日年化收益率分别为3.67%、3.62%、3.62%，分列前三位。同时，建信基金“增值宝”、广发基金“广发钱袋子”、渤海银行“添金宝”七日年化收益率也在3.5%以上。

不过，需要留意的是，相对于单日收益，中长期收益被认为更有益于反映互联网宝宝的真实收益情况。如新华基金“壹诺宝”虽然17日收益居首，但从90日年化收益走势来看，仅为2.85%。

此外，亦有部分互联网宝宝收益表现不佳，如国泰基金“国泰超级钱包（国泰现）”与“国泰超级钱包（国泰货）”，1月17日七日年化收益率分别仅为0.99%与1.87%。

继1月15日降准之后，1月16日央行重启逆回购，连续大力投放流动性，保障春节前资金流动性平衡格局。在此情况下，融360分析师预计，下周互联网宝宝收益率仍有进一步下降的空间，不过跌幅或有所收窄。

对于流动性需求较高的投资者而言，当前该如何投资以获得相对较高的收益？除将历史收益作为参考指标外，市场人士认为，还可以从成立时间、资金规模、平台等方面进行对比。一般情况下，成立时间越长的货币基金，能够积累越多的优质资产；同时规模适中时，更有助于在稳定性与灵活型之间寻求到平衡点。

另一方面，作为互联网宝宝的竞争对手，民营银行的智能存款和现金管理类产品，以及银行“T+0理财”亦提供了新选择。相较而言，融360分析师更看好后者，其认为，未来银行成立理财子公司之后，产品不设购买门槛，“T+0”理财门槛有望进一步降低，届时将对货币基金市场产生较大的冲击。