

# 春节前,这些理财机会需注意

## 美股“闪崩”对A股影响不大 节前银行理财产品收益率近5%

■ 劳动报记者 高睿/制图 王陆杰

**狗**年春节临近,节前有哪些值得关注的投资机会?股市方面,美股的“闪崩”对A股影响有限。理财产品方面,融360数据显示,银行理财产品及“宝宝”类产品的收益率均有所回升。基金方面,由于春节长假,基金公司将暂停部分基金的申购及赎回,投资者需注意节前申购的最后期限。

### - A股 - 美股“闪崩”影响较小

上周,全球股市似乎开启了“闪崩”模式,美股的道指和标普500双双跌幅超过2%,创下年内最大单日跌幅。对于投资者而言,无论是否参与美股投资,都要对此有所准备,毕竟对国际化程度越来越高的A股市场而言,其也有可能受到美股市场走势的影响。

就短期市场的走势而言,尽管美股出现了“闪崩”走势,但由于A股上周的跌势要比美股来得更早,这意味着,A股短期再受美股影响的程度将减小,反倒是恒生指数或将受到的影响较大,这也可能对A股市场造成一定的拖累。

从长期来看,投资者仍需高度重视美股一旦出现转势,对于A股市场的影响。2018年,A股市场“以大为主”的趋势或将在短期内继续维持,以上证50为代表的权重白马品种仍将继续引领市场,各行业龙头由于其稳定的业绩增长、行业集中度的提升以及



良好的市场流动性仍将受到资金的青睐。而中小创个股由于受到估值水平偏高及业绩增长乏力的限制,其走势仍将举步维艰,只有那些处于高速成长期、具有核心竞争力的公司或将能从中脱颖而出,这需要投资者费心甄选。

本周拟发行上市的新股共有4只,其中,沪市主板3只、中小板1只。这4只新股分别是周三(2月7日)的泰永长征、江苏租赁、七一二,周四(2月8日)的今创集团。上述4只新股,累计发行数量共计约8.05亿股,其中,江苏租赁拟发行总数为6.4亿股,排名首位。

从资金面看,本周央行公开市场有2200亿元逆回购到期。而自1月25日起,央行已连续7日未开展公开市场操作,累计净回笼1.15万亿元。市场人士指出,近期市场资金面持续宽松,对跨春节

流动性的担忧明显缓解,预计资金面宽松态势有望延续至3月上旬。

### - 银行 - 节前理财收益率近5%

融360监测的数据显示,上周银行理财产品发行量2791款,预计春节之前发行量会逐渐减少,而平均预期年化收益率为4.89%,近一个月以来收益率持续缓慢上涨。

从不同期限理财产品来看,一年以上理财收益优势较为明显。如3个月以内理财产品,平均预期收益率为4.78%;3-6个月理财产品,平均预期收益率为4.95%;6-12个月理财产品,平均预期收益率为4.91%;12个月以上理财产品140款,平均预期收益率为5.26%。

距离春节近半个月的时间,建议投资者可做好理财规划,由于产品能在节前计息,如果临近春节才去购买理财产品,很有可能在节后计息,募集期长达十天甚至更长,让资金“站岗”,这对于投资者并不有利。融360理财分析师建议,如果投资人对流动性要求不高,确保持理资金在短期内用不到,建议购买长期理财产品,但如果不确定的话,最好还是购买中短期理财。

### - 互联网金融 - “宝宝”类收益率4.34%

融360监测的数据显示,上周74只互联网“宝宝”类产品的平均七日年化收益率为4.34%,自今年1月起,“宝宝”类收益开始逐渐回暖。从不同销售平台来看,第三

方支付系“宝宝”平均七日年化收益率为4.44%,要高于其它三系“宝宝”,银行系、基金系、代销系“宝宝”的平均七日年化收益率分别为4.33%、4.31%、4.25%,分列二、三、四位。

不过,由于七日年化收益率和万份收益是每日变动的,因此,投资者在比较“宝宝”收益时,不能单看某日的收益,应参考至少一个月的平均收益率为宜。数据显示,上周平均七日年化收益率在4%以上的有64只。而经过四次限额与限购之后,余额宝的平均七日年化收益率继续下降至3.94%。

融360理财分析师建议,同样受央行灵活的货币政策影响,春节之前流动性比较平稳,短期内“宝宝”类产品,从长期来看,利率上升的概率较大。

### - 基金 - 节前将暂停申购赎回

在一般情况下,货币市场基金的收益率要较银行活期存款利率高。在长假前,将闲散资金集中申购货币市场基金,以追求假期期间的短期收益,也是不错的选择。

然而,由于长假期间,货币市场基金的投资对象均处于暂停交易状态,市场上投资对象有限,如果节假日前的短时间内,有大量资金集中申购货币市场基金,就可能会造成新申购的资金摊薄原货币基金持有人收益。

因此,基金公司在春节前会暂停相关基金的申购与赎回。如博时基金管理有限公司旗下多只基金:博时合利货币市场基金、博时合鑫货币市场基金等,将于2月13日暂停申购,“投资者于2月14日申购或转入本基金基金份额,自下一个工作日(即2018年2月22日)开始享受本基金的分配权益”。

# 1月新房成交量增长超三成

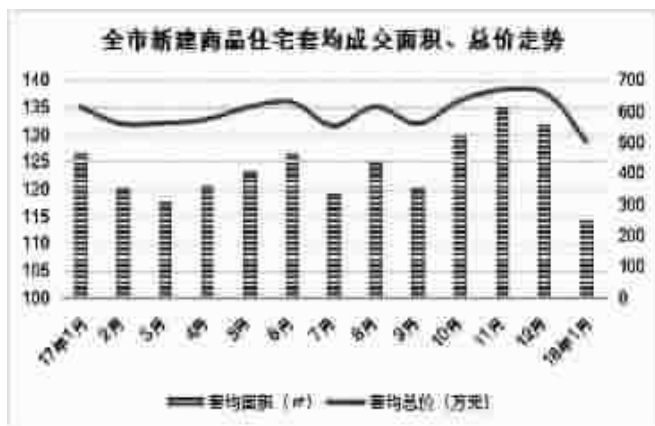
## 中小户型、低总价成市场宠儿

刚刚过去的1月,全市新建商品住宅成交面积为49.77万平方米,同比上涨35.25%;成交套数为4349套,同比上涨49.86%。这也是自去年11月起,新房市场成交量连续第三个月回升,成交水平回归至2017年三季度。

根据上海链家市场研究中心监控的数据显示,新增供应取代存量在售,重回交易主力。1月新开盘项目的当月成交量达到2399套,占据了总成交量的55%,而2017年11、12月新开盘的项目,这一数字分别是5%和22%。今年1月的市场也改变了去年四季度以来,新房市场成交依赖于存量房源的局面。

1月全市新建商品住宅套均成交面积114平方米,套均成交总价503万元,均为自2017年以来的月度最低点,1月市场的成交重心向小户型、低总价显著偏移。其中成交前十的项目套均面积均不超过105平方米,套均价格也都在450万元以下。

上海链家首席市场分析师



张月表示,开年新房市场有几个重要启示。“第一,中小户型市场潜力依然很大,因此,适合自住型需求的楼盘集中推出,就迅速带热当月交易;第二,新房市场能否继续有所回温,取决于新增供应能否持续,2018年整体供应方向,预计还是以限价和保证中小户型供应比例

为主要基调,1月份属于春节前的供应发力阶段,也属于2017年尤其是4季度供应低位后的一个累积释放,全年的供应体量是否能保持这个速度,还需要市场进一步验证。第三,外环外成为新房供应主场,购房范围在外环以内的消费者,核心应关注二手房市场。”

# 不合格率 12.5%

## 毛巾比较试验结果公布

不少厂商宣传其产品原料为“埃及棉”、“长绒棉”等,采用无捻纺纱工艺制造,产品具有吸水性好、亲肤柔软、耐洗耐用等优点,但消费者却难以从这些专业名词中获得有效的消费指引。日前,市消保委公布上海毛巾比较试验结果,56件毛巾样品中,有7件样品分别在吸水性、脱毛率和纤维含量方面表现不佳,不合格率为12.5%。“特力屋”等品牌毛巾被检出部分问题,个别标称等级高的样品未必比标称等级低的好。

市消保委指出,这次比较试验的毛巾样品通过大型商场、品牌专卖店、超市卖场及网络电商平台等渠道购买,其中优等品3件,一等品33件,合格品20件(2件样品未标注质量等级,默认为合格品);线下实体店42件,线上电商平台14件,价格从4元至90元不等,涵盖了馨牌、洁丽雅、水星家纺等主流品牌。抽检发现,毛巾样品的吸水

性普遍较好,其中有4件样品吸水性不佳。通过测定样品从接触水面到完全浸湿并开始下沉所需时间反映毛巾对水分的吸收能力。时间越短,吸水性越好。测试结果显示,56件样品中,12件样品的吸水性小于1.5秒,吸水性表现出色;37件样品在1.6-10秒之间;3件样品在11-20秒之间;4件标称质量等级为一等品的样品吸水性不佳,均大于60秒。

毛巾掉毛会令消费者困扰,留在面部的纤维干燥后又极易随呼吸进入鼻腔,会刺激鼻黏膜,引起身体不适。测试结果显示,其中2件标称为优等品的样品,其脱毛率未达到其标称等级的标准要求。此外,本次比较试验购买的样品绝大多数为纯棉毛巾,1件样品实测纤维成分与其标识不一致。即标称由特力屋(上海)商贸有限公司生产,HH涟漪中空纱面巾蓝(标称商标:特力和乐)的纤维含量标识为“缎档和装饰部分:100聚酯纤维”,实际检测结果为棉与聚酯纤维纱线交织。