

受疫情影响，今年春节期间，市民普遍主动取消外出，“家里蹲”成为主流。随着春节假期的结束，部分理财产品正式到期兑付。在此情况下，如何做好理财规划，更好地打理“钱袋子”也备受关注。那么，目前有哪些较好居家理财方式？在投资时需要留意哪些问题？

## 宝宝理财需参考中长期收益率

对于投资者而言，互联网宝宝无疑是最为熟悉的零钱理财方式。虽然受宽松的货币市场环境影响，互联网宝宝收益有所下调，但对于有流动资金打理需求的投资者，其仍是主要选择之一。

据融360数据，春节假期前一周（1月13日-19日），78只互联网宝宝产品平均七日年化收益率为2.63%。在其对接的135只货币基金中，七日年化收益率在3%以上的货币基金有9只，同时78只货币基金七日年化收益率在2.5%-3%之间。

而从节后表现来看，互联网宝宝收益略有下调，但部分产品依然给出了较高的收益。以2月3日为例，4只宝宝理财产品七日年化收益率在3%以上，分别为民生银行“民生如意宝”、汇添富基金“汇添富现金宝”、中国电信“电信添益宝”、新浪微财富“微财富存钱罐”，七日年化收益率均为3.28%。同时兴业银行“兴业宝”、微众银行“微众银行活期+”、兴业银行“掌柜钱包”、浦发银行“普发宝”七日年化收益率分别为2.97%、2.88%、2.76%、2.72%。

由于货币基金单日、单周的万份收益和七日年化收益率波动比较大，业内人士建议，在选择互联网宝宝产品时，可结合中长期收益率一起参考。

除将历史收益作为参考指标外，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。

除互联网宝宝外，民营银行创新型现金管理类产品、养老保障管理产品、银行T+0理财等活期产品亦可作为零钱理财方式。其中，由于收益率较高，且支持大额资金实时赎回，以T+0理财为代表的银行现金管理类产品关注度较高。不过，随着相关监管政策的落地，未来其在收益率和流动性方面的优势被认为将不复存在。

## 存款产品

年化利率普遍在4%以上

随着利率市场化的推进以及存款竞争加剧，定期存款、大额存单、结构性存款、智

能存款等揽储方式越来越多元化，以满足不同客户和细分市场的需求。

其中，部分通过互联网平台销售的银行存款产品，因“起投门槛更低、投资额度无限制、资金更安全”，也获得了部分投资者的关注。

2月4日，记者查询发现，多个互联网平台均推出银行存款产品，且利率表现普遍较为“慷慨”，多在4%以上，且不乏“破5”产品。如京东金融银行精选栏目，共有33家银行49款存款产品在售。其中，利率在5%以上的2款，分别为蓝海银行“5年期储蓄存款”5.2%、营口沿海银行“个人存款360天”5%。同时还有25款存款产品，利率在4.5%-5%之间。

而在支付宝银行类产品中，则有8款存款产品在售。其中，华融湘江银行“开心存2号”存款年化利率为4.88%，排名居首。营口银行“管鑫存8号”、“营利存7号”；天津滨海农商银行“年优选”、“季智选”“月智选”存款年化利率也在4.2%-4.8%之间。

整体来看，除两款国有银行产品外，这些存款产品均为50元起购，起投门槛较低。同时起存当日起息，节假日也能享受收益。“此类银行存款产品更适合有灵活用钱诉求、但又不确定投资多久的投资者，最大特点是持有时间越长，收益越高。”相关人士指出。

值得关注的是，虽然该产品多数可随存随取，但不同银行在计息规则方面差异较大，对提前支取可能采取根据实际持有时间靠档计息或按银行活期利率结算当期利息。同时付息方式亦有不同，分为到期还本付息与按期派息等多种形式。投资者可根据自身流动性需求进行选择。

## 银行理财

### 多家机构推出“线上理财”

受春节假期延长影响，为保障客户权益，近期，多家银行对部分理财产品开放日、到期日及资金到账日进行了调整。将原定于2020年1月31日、2月1日兑付资金（含到期兑付、赎回、分红等资金）到账的理财产品，资金到账日相应顺延。

与此同时，多家银行推出了线上理财产品，对于偏好银行理财的投资者，可直接在银行APP上购买。需要留意的是，受“线上不能双录”的制约，新客户可能无法通过该方式购买银行理财产品。

对于这部分投资者，可关注银行理财子公司产品。根据《商业银行理财子公司管理

办法》，非机构投资者首次购买理财产品前，可通过本公司渠道（含营业场所和电子渠道）进行风险承受能力评估。这也意味着，投资者可选择通过电子渠道完成风险评估。

据融360数据，截至2019年12月末，共有6家理财子公司发行了新的理财产品，包括5家国有银行理财子公司和招银理财，处于存续期及募集期的公募理财产品共323只，其中工银理财203只、中银理财46只、交银理财34只、建信理财32只、农银理财7只、招银理财1只。

相较于传统银行理财，融360分析师刘银平指出，理财子公司产品门槛更低，1元及以内起购产品166只，占比51.39%；但风险偏高，PR3风险等级产品156只，占比48.3%；同时产品期限拉长，封闭式产品平均期限长达652天。

资产配置方面，理财子公司产品亦更加多样化，虽然固收类产品占比超7成，但很多公募产品都配置了股票、基金、商品及衍生品等资产。

由于理财子公司的投资风格更加激进，也需要投资者在具备更高的风险承受能力的同时，掌握更多的理财技能。业内人士提醒，以产品说明书为例，需要对产品的风险等级、期限、投资方向和范围、开放期等四点信息进行提前了解。

来源: 金融投资报

关注同花顺财经微信公众号(th518)，获取更多财经资讯