

主笔记

挡在路上的就会变成路

□记者 崔烨

这一年半来席卷全球的新冠疫情，让各行各业都产生了深刻的变化。适者生存，说来简单，具体到行业都是要命的事儿——首当其冲的就是零售，线下实体店，尤其是主打跨境人流往来的免税店，门口罗雀怎么办？

我跟朋友去一家日用百货商场工作餐的时候就遇到这样一幕——朋友很热情地问：嗨，你这里新进什么货吗？营业员头也不抬：没。我们笑着议论：零售的大佬千万不要觉得线下实体店营业员、网上客服不重要，他们直接影响一个品牌给人的感受，购买冲动以及口碑相传——即便这些工作者有一万个理由：疫情所限，行业冲击，薪资降低……那我也不妨现身说法下，我的工作需要不定期组织线下金融宣传活动，这意味着在去年的情况下基本是停摆——当然事实也的确停止了，可是2020年我们的宣传到达率不降反增，因为提早预判了疫情严重程度，将线下转为线上，同时提前辅以宣传预热，让“宅”在家里的市民反而能更充分完整地阅读到金融防诈骗的常识。

为什么我们能做到？我想了一下，是一种责任感，你担起了金融宣传的责任，碰到任何特殊情况，哪怕是不可抗力，总要想办法解决。有一篇鸡汤文，我还挺认可的：每一个困难都是挡在你面前的一堵墙，不是为了阻拦你，而是为了激励你，想检验你到底有多想要墙背后的东西，是为了阻拦没那么渴望的人。

回想疫情以来，受影响的岂止是传媒行业，澳洲橄榄球联赛夺冠热门队——里士满老虎队有一句使用频率相当高的短语：挡在路上的就会变成路。如果球员受伤了，他们就会找一个合适的替补；如果他们因为新冠肺炎疫情不得不离家数月，他们就会把体育中心当做自己的新家；如果他们在没有观众的体育馆里比赛，他们就会自己欢呼打气。

反观我们的日常：明明丰衣足食，却焦虑在心。而焦虑来自于我们自以为是，来自于我们失去耐心，来自失去自信。才能轻易被所谓的“苦难”打倒，“诱惑”迷心。

诱惑是什么？诱惑是让你不相信自己。在你快乐、满足、到达终点时，诱惑不会出现，那时你自我肯定，诱惑无处立足。等你有了空洞，诱惑才能发出声音。正如你一瞬间的虚弱，感冒病毒才有了入侵机会。

为什么我们那么容易被诱惑，被“拦路虎”打倒？我很喜欢的作家连岳说剖析：“一个人久病不愈，有医生找到治疗方法，病人必然千恩万谢，没有一个人会说：这病痛陪我那么久，我舍不得它，不想将它从我身上赶出去。可是换成观念，人的态度却完全相反。错误的观念，危害比疾病更大，它不仅会伤害你的身体，还让你贫穷，让你狭隘。但是很少有人愿意马上放弃错误的观念——即使知道自己错了。”

当你觉得疲软，打算退缩的时候，想想你的目标，再想想橄榄球队的口头禅：“挡在路上的变成了路”——当你有了这种心态，就没有什么能阻挡你了。

崔烨

eyiuc@163.com

如果您有任何金融理财方面的问题或者投诉建议，欢迎您在浦江财富公共订阅号下留言。我们将在三个工作日内及时回复，并邀请业内资深人士为您量身定制理财产品。您可以通过微信号：shanghaifortune2013，或直接扫描下方二维码联系到我们。



以房养老，投资养老骗局多
防范虚假广告守住“养老钱”

□记者 崔烨

近日银保监会官网发布《关于警惕“投资养老”“以房养老”金融诈骗的风险提示》，作为银保监会消费者权益保护局发布的2021年第三期风险提示，再次提醒广大消费者提高风险防范意识，远离非法金融活动。

两类诈骗手法需警惕

银保监会指出，近期，有不法分子以投资养老、以房养老等名义进行虚假宣传，实质是非法吸收社会资金，扰乱金融秩序，侵害消费者合法权益。此类金融诈骗的手法大致分为以下两类，一种是“以投资养老为名诈骗养老钱”。银保监会指出，一些不法分子打着投资养老名义，承诺高利率回报且提供预留养老床位、预定养老房间等服务，向老年消费者非法筹集资金。此类手法抓住老年人特点设计骗局。不法分子利用老年人寻求养老保障、对集资诈骗认识不足，打着投资养老、销售老年产品等旗号，经常出现在老年人聚集的场所，如公园、超市、小区等，不断向老年人群灌输金融养老、新型投资等概念。

其次，利用小恩小惠博好感，降低老年人警惕性。不法分子通过组织旅游、参观、讲座、赠送礼品等手段，有意博取老年人信任和好感，等老年人降低警惕后，趁机对其道德绑架、虚假宣传，最终目的是骗取老年人钱财。

最后，抛出高回报承诺吸引老年人。不法分子惯用承诺高额分红、保本高息、预定养老服务说辞，诱骗老年人投资所谓“养老服务”项目，收费名目五花八门，如“贵宾卡”“会员费”“预付费”等。这些机构没有能力提供所承诺的养老服务，获得资金后运作、流向不透明，有很高的集资卷款跑路风险，一些老年人的养老钱被不法分子诈骗。

还有一种手法为“用以房养老名义诈骗老年人资金”。不法分子所称的“以房养老”为假。正规的以房养老是指老年人住房反向抵押养老保险，即将住房抵押与终身养老金保险相结合的创新型商业养老保险。拥有房屋完全合法产权的老年人将房产抵押给保



险公司，继续拥有房屋占有、使用、收益和经抵押权人(保险公司)同意的处置权，并按照约定条件领取养老金直至身故；老年人身故后，保险公司获得抵押房产处置权，处置所得将优先用于偿付养老保险相关费用。这种保险目前在我国还处于试点阶段且比较小众，其准入门槛高、法律关系复杂、风险因素多，对机构业务开展和销售管理都非常严格。

而不法分子所谓的“以房养老”风险极高，且暗藏陷阱。不法分子以国家政策名义掩盖非法集资的本质，打着“以房养老”、有高收益回报等旗号诱骗老年人办理房产抵押，再把借来的钱拿去买其所推荐的理财产品。这种“抵押-借贷-理财”方式操作流程多、参与主体乱、投资风险高，本就不符合绝大多数老年人的风险承受能力。且所谓“理财产品”很可能是虚假的，借来的钱最终还是到了非法机构口袋。

此类手法用“以房养老”名义诱骗老人抵押房产，诈骗资金。不法分子所宣称“以房养老”与国家试行的住房反向抵押养老保险完全无关，只是其假借国家政策、为非法集资活动造势宣传的手段而已，其实根本不具备相应的资质、能力，往往是“以新还旧”的庞氏骗局。有的参与者甚至都不知道自己房产被抵押，最终失去了房子，还背负贷款。

做到“两谨记、两注意”

银保监会消费者权益保护局表示，上述行为侵害消费者合法权益，影响恶劣。同时

提示消费者，做到以下两谨记、两注意。

首先，谨记投资是有风险的，不宜有赌博心理而冒险入局。消费者要树立理性投资理财观念，切勿轻易相信所谓的“稳赚不赔”“无风险、高收益”宣传，不要投资业务不清、风险不明的项目。理财产品如果承诺收益率超过6%就要打问号，“保本高收益”就是金融诈骗。要记住投资是有风险的，别受高收益诱惑而冲动投资。

其次，谨记选择正规机构。购买理财产品应结合自身的风险承受能力，选择正规机构和正规渠道。建议消费者尤其是老年人群，在购买投资理财产品前，多咨询正规金融机构的专业人员，多与家人商量，对投资活动的真伪、合法性进行必要的判断和了解，防范不法分子诈骗侵害，警惕非正规机构的疯狂营销揽客行为。

再次，注意提防集资诈骗套路。集资诈骗多有“击鼓传花”和“庞氏骗局”特点，往往是以新还旧，缺乏实际业务支撑和盈利来源，不存在与其承诺回报相匹配的项目，容易发生卷款跑路、资金链断裂等风险。不要被“保本高息”“保证收益”等说辞迷惑。

最后，注意保护个人信息。在日常生活增强个人信息安全意识，慎重对待合同签订环节，不在空白合同签字。不随意提供身份证、银行卡号、密码、验证码等重要信息，以防被冒用、滥用或非法使用。若发现疑似非法金融活动，可及时向公安机关报案或向有关金融监管部门反映情况。

新金融

父亲节买保险
优先选择重疾险

文 易无花 张守成

在刚刚过去的父亲节，当商家用花样繁多的促销手段撬动节日市场的时候，作为消费者的我们更加需要冷静地思考，父亲作为家里的“顶梁柱”，与女性相比，在风险防护意识方面却表现得较为薄弱，因此男性需更加全面的保险保障。据了解，受环境污染、饮食结构变化等影响，重疾发病率已呈年轻化趋势，中年群体更须防范。父亲多在家庭中承担经济支柱的角色，承受了更重的家庭责任，许多男性患者承认自己是因为长期不去医院就诊，才把小病养成大病。伴随年龄逐年增长，紧随而来的就是小病频发、大病高发，对家庭带来沉重负担。从癌症的种类来看，肺癌、胃癌、直肠癌等是男性发病率较高的癌症种类。男性作为家庭支柱，一旦遭遇意外，一定会给家庭带来精神和经济上的双重打击。珠江人寿保险专家认为，作为父亲，选择保险产品时可优先考虑重大疾病保险产品，抵御如果不幸患病可能造成的大额支出，保证家庭生活不受影响。6月以来，不少寿险公司为配合“父亲节”这个唯一的男人节日，会特意推出与男性有关的保险。珠江人寿保险专家提醒消费者，由于随着投保年龄增加，相应保费就会有所增长。不仅如此，不少健康保险产品的投保年龄锁定在60周岁以内。因此，聪明的消费者若为“顶梁柱”选择保险须趁早。

交银人寿升级客户
健康管理五星体验

文 石佳盈

6月10日，交银人寿与圆和医疗战略合作签约仪式顺利举行。以优化高净值客户体验为基础，双方将在高品质健康管理领域开展各项深度合作。

据悉，作为交通银行旗下寿险子公司，交银人寿追求效益优先、兼顾规模，确立了承保和投资双轮驱动的稳健盈利模式，致力于打造您的健康管家、财富保障

专家等特色服务品牌。通过与专业健康服务伙伴的合作，交银人寿在提供保险保障产品服务的基础上，逐步打造起了满足低中高不同客户需求的“睿康家园”健康服务体系，用特色服务赢得客户信赖。此次与源自英国的圆和医疗在高净值客户健康管理服务上的开展战略合作，则将会进一步完善公司特色健康服务版图，在高净值客户的服务体验等方面实现新的升级和突破。

众安保险持续打造
大健康生态闭环

文 石佳盈

6月15日，众安保险公布今年前5月的保费收入为77.25亿元，同比增幅达到44.4%。其中，5月保费收入达到18亿元，同比大幅增长66%。受疫情影响，保险消费者健康保障意识显著提升、用户购买行为从线下转移到线上，互联网保险和健康险正迎来了新的发展空间。

摩根大通上周发布研报称，众安保险的增长得益于公司多元化的业务和分销渠

道布局。众安保险作为最大的互联网财险公司，表现出较高的增长质量，不仅获客成本在改善，获客质量也更高，客诉率远低于行业水平。据摩根大通统计，今年前4月，财险行业保费收入平均同比增速为4%。

以众安健康险旗舰产品“尊享e生”为例，短短5年间就迭代了19次，不断放宽投保年龄到70岁，覆盖甲状腺结节、乳腺疾病、肝病等越来越多慢病群体，并且增加了癌症特药赔付等多种配套治疗护理服务，让更多消费者能买得到、用得上保险服务。