

## 主笔记

## 做有阅历有故事的自己

□记者 崔烨

人类实在是很有趣的动物，不管是东方还是西方，都自有一套时间体系，在规定的时间段里休息、狂欢、再出发。时下恰巧处于特定时期，不能免俗，聊点鸡汤话题——

关于学习。我一个95年的小同事打算读MBA，来听听我的意见。我问他：“为什么选这个科目？”他答：“身边的朋友都去读研究生了，自己本科学校不错，如果随便读个研，有点鸡肋，所以想索性直接更上一层楼读MBA。我很确定地告诉他：你目前还不适合。我手边恰好有个项目是采访名校MBA的学生，他们为什么选择读书，他们的创业故事，你先去写好这20个人，不仅可以赚稿费、省下几十万学费，收获还一定比你现在去念书更大。”

其实，人离开大学校园后，就切入“边干边学”模式。昨晚我翻连岳的书，他说：专业不对没关系，你学习能力在，面临问题时，你自我培训，找到解决办法，获得新知，不停循环，能力越来越强，技能越来越多。但有的学习，看上去也是增加知识，但往往是无效的、无法使用的，只不过起到心理安慰作用；也不必浪费心神去寻找什么丰富的资源，而是充实自己，这是提升自我实力、丰富人生的良方。

关于沟通。也是一个90后小伙伴的困扰，他想不通：上司为啥总是随机对他发火？其实他工作还算勤恳，进步也很大，但有一个典型特征：面对批评只找外因，且爱争辩；遇到困难，不在第一时间沟通，埋头猛干，到项目的最后一刻发现方向错了。

每个人看问题的角度不同，经历也不同。摆正自己的姿态，用对方可以理解的语言讲清楚自己的想法，与人相处是为了相互理解，不是为了争孰高孰低。此外，你有什么困扰？要说出来。越早说出来，情绪越少，事情描述越准确，沟通效率越高。让别人猜，不是含蓄，不是东方美，而是某种程度的自我中心主义，你觉得他人有义务体会到你没有表达出来的意思。但是，一个不重要的人，别人不屑猜；重要的人，别人不敢猜。一定要表达，才能被听到。

关于变老。现在来说说我自己，当盒马小哥叫我姐，营业员说试试这件衣服显瘦时，或许我尚未老去，但时光一定在我身上留下了痕迹。我在这15年里一直努力工作，走了一些地方，看了一些好书好剧，体验了另一个行业的职场，见识了地球另一端的生活……最重要的，在经历了这些以后，学会了判断，知道如何与世界建立健康的关系，什么值得探索，什么应该放弃。所以要我回到慌张的青春岁月，让这一切重新来过，并非我的愿望。

一本时尚杂志的主编跟男性友人探讨：问中国男人为什么对女性的审美那么统一而单调，为什么一生只喜欢年轻女性？对方回复：因为很多年长女性并没有养成比年轻人更多的智慧和修养，还丢掉了青春，那当然追求更年轻的那个。

在旅行、购物的时候，我们往往会选择有历史的地方、有故事的品牌，为什么不喜欢不断成长、有阅历有故事的自己呢？时间不是敌人，时间是朋友。新年快乐。




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我们。

# 财商启蒙从压岁钱开始 正月“亲子理财”正当时

□记者 崔烨

农历新年刚过，正月十五即将来临。虽然为了疫情防控，很多人选择“就地过年”，但是线上线下的年味儿正浓。对于孩子来说，过年的诸多乐趣里，长辈给的“压岁钱”是最大的期待之一。如何引导孩子们更有意义地支配新年第一笔财富，成为父母的必修课。

## ■ 大数据助力科学筛选

近年来，基金公司、第三方理财机构、银行和券商相继推出基金投顾服务，根据客户的财务状况和理财需求，为客户量身定制专属投顾账户，拟定资产配置方案，构建基金组合，根据市场的变化持续动态跟踪和调整，帮助客户获得良好的长期收益，这也是多数代为保管孩子压岁钱的父母理财首选。

在众多的基金服务中，以中信银行“十分精选”为例，“十分精选”依托银行专业投研团队，跟踪并精选一批优秀的基金管理人，致力于帮助客户防范风险的同时获取稳定收益。其比较科学的一个举措是，坚持每季度精选十余只基金推荐，定期对推荐的基金进行检视与回顾，对持续稳定基金，建议客户长期持有，对个别基金产品进行优化，指导投资者动态调仓，在防范风险的基础上获取稳定收益。数据显示，截至2020年12月31日，中信银行持续营销的“十分精选”权益类基金平均年化收益率63.56%，持续营销的十分精选固收+型基金平均年化收益率14.16%；而2020年首发的基金，固收类基金平均绝对收



益率6.65%，权益类基金平均绝对收益率34.26%，“十分精选”首发基金全部实现正收益，跑赢市场。

记者从中信银行了解到，截至2021年1月27日，中信银行当年已完成325亿非货币基金销售规模，是上年同期的2.64倍，其中两只明星基金单只销量均超过100亿。

业内专家表示，随着人均GDP突破1万美元，中等收入群体显著扩大，我国进入财富管理大时代。对投资人来说，如何选择既善于风控、又善于进攻的基金经理，成为一门重要的学问。在此过程中，选择专业的基金投顾机构、选择广大投资人的口碑之选“十分精选”，有效避开投资误区，是一个比较稳健的做法。

## ■ 把握当前财商教育机会

汇丰中国副行长兼财富管理及个人银行业务总监李峰建议：“压岁钱恰恰是孩子财商教育的好机会。3岁的幼童已有基本的金钱概

念；6-12岁的儿童价值观逐渐形成，理财观的培养正当时；12岁以上的青少年则开始有能力参与理财。”他指出，父母把握财商教育的时机，不仅可以及时帮助孩子认识财富，还可以通过了解金钱背后的各种元素，培养他们自我规划、自主自立、承担责任的意识和能力，从小树立正确的财富观、价值观和消费观。财商教育并非一蹴而就，需要循序渐进地引导。父母可考虑根据孩子的理解能力，从建立储蓄观念、引导理性消费、培养理财意识以及树立公益理念四点培养他们的理财观念和财商素养。

父母陪同年幼子女到银行或通过数字渠道开立“儿童储蓄账户”，手把手教他们把压岁钱存进银行。这不仅可以让孩子初步了解储蓄的概念和银行的功能，更让他们知道自己拥有账户的使用权，于无形中加强他们的责任感；在日常生活中，父母需引导孩子有规划地消费，鼓励他们在消费前把想要的东西罗列出来，分清“必要”和“想要”两个概念，学会对金钱使用有度，培养取舍的能力和体会延迟享乐。

李峰表示，在权衡得失学会取舍的过程中，理性的消费观会潜移默化地建立起来；对于年龄较大的孩子，适当参与了解父母的投资，更利于孩子学习理财。家长在进行起点金额低，风险水平不高的投资时，可以让子女观摩，或者参与压岁钱的投资决策过程，既培养孩子的理财观念，学习简单的金融知识，又能让压岁钱保值增值；父母还可以鼓励孩子捐出一部分“压岁钱”，培养慈善意识、公益理念，体会回馈社会和帮助别人的快乐。

## 快资讯

## 新冠疫情提升 中国消费者健康需求

文 佳盈

新冠肺炎疫情发生至今已一年有余，宏利集团最新的一项调查显示，面对新冠疫情带来的长期影响，中国消费者更积极主动地掌控自身的健康、运动以及财务状况，包括保险和养老规划。

作为最为关注新冠疫情的受访群体，亚洲地区绝大多数（95%）受访者都表示他们正努力提升自身的健康水平，主要包括更有规律地进行运动（58%），改善饮食（54%）。同样，93%的中国受访者在疫情发生后也采取了行动，例如63%的受访者调整了饮食习惯，52%的受访者增加了运动健身的频次。

调查结果还显示，即便不论对于疫情持续的担忧，绝大多数（86%）的中国受访者也仍然保持着记录自身健康指标的习惯，其中最为关注体重（50%）、血压（45%）和睡眠情况（44%）。除此之外，相比46%的亚洲平均水平，更多的中国受访者（55%）表示他们通过可穿戴设备进行健康监测。

除了对于健康和运动的兴趣，超过半数（53%）的中国受访者认为自疫情以来，养老规划已经变得越发重要。虽然这一比例在所有受访亚洲地区（平均73%）仍位居末位，但该结果显示有很大一部分中国消费者对于养老规划有较高的关注度。

值得关注的是，对中国消费者而言，除了热衷于提升健康和财务规划意识，他们对于购买新的保险产品拥有同样的热情。85%的受访者表示他们有计划在接下来的半年内投保新的保险产品，远超亚洲地区的平均水平（71%）。而就感兴趣的保险产品而言，中国受访者最感兴趣的险种为重疾险、意外险和人寿保险，其中43%的重疾险比例在所有受访亚洲地区里排名第一（平均25%）。