主笔记

大数据真的能透过历史预知未来吗

□记者 崔烨

不知不觉已到年中，作为媒体从业人员，追踪媒体投放效果是一大要务。今年出现一个奇怪的现象：DM（就是马路上、信箱里的小传单）投递效果递减。细想一下也在情理之中：有些人家一月只开一次报箱，也就是把垃圾广告直接扔掉，即便扫一眼优惠信息也早早过期。还有一个真实的段子：一家房产公司在古北黄金城道上每隔 50 米便安置一名销售派发传单，遇到第一个你或许拒绝，第二个有点烦，第三个怕麻烦收了再打算扔垃圾桶，找垃圾桶的时候扫了一眼……而由于过于爆棚的信息，上家祈求你的“这一眼”，便能“记住我”。

快速翻阅《信号与噪音》一书时，作者希尔弗提出一个命题：数据究竟是对我们的未来有所帮助的信号，还是毫无意义的噪音？该作者成名于奥巴马选举期间，他用棒球的统计方法得出结论：奥巴马必胜。这令他声名鹊起，但是希尔弗很快反思，因为利用大数据获得成功预测的案例远没有失败的多。

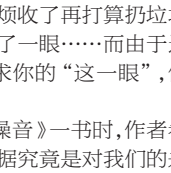
他在书里写到：“我们的世界信息不再稀有，我们拥有的信息太多，甚至多到无从下手，但是有用的信息却寥寥无几。我们主观地、有选择地看待信息，但其实我们真正需要的是知识。”

大数据预测同样被运用于体坛赛事上，根据对手历史表现来制定策略，然而希尔弗最终发现：坚定的信念和专注力才是决定运动员在场上可以出色发挥的关键。而这两点，都是数据系统无法感知的。通过大量常识堆砌成的大数据，在对它们进行分析的时候，往往会过于强调了直接的因果性，模型中缺少了最大的变量——当时人的心理状态。

最近是应届生签约的旺季，在看新人的时候，其实除了基础的技能，人力资源官往往更看重应聘者的心智毅力。我一个好友就是 HR，她说自己常常会在面试间门口走一圈，如果哪个面试者没有看手机，反而会多留意两眼，会多聊两句：“我们那时候的年轻人，比现在寂寞多了。没有纷纷扰扰的社交软件，没有放不下的智能手机。”

大数据给我们带来的灵光一现虽然美妙，但守株待兔的人，等不到第二只兔子。而且我们很多时候被误导，认为大数据的作用是让历史预知未来，其实不然，历史数据常常会成为陷阱，欺骗我们，但坚韧、努力和知识不会骗人。作者连岳在他的 2020 年日历书里写：“春耕、夏耘、秋收、冬藏，四时不失，五谷不绝。这是坚韧。周而复始，看起来非常无聊，但确实专业，带来繁盛、富足与强大。业余选手讲灵感，专业选手讲坚韧。”

一个人重要的不是在别人眼里做什么，而是自己心里清楚准备干什么。我的工作经常要带实习生，让我感动的往往不是他们优秀的成品，而是年轻的他们拙手笨脚的采访、满心欢喜地研究选题、为了制作一个视频忙得跑前跑后的过程。



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。

心中有数应对“天掉陷阱”
谨慎退保远离保险诈骗

□记者 崔烨

近日，住在黄浦区的黄先生向记者反映，最近曾接到冒充保险公司从业人员有关“保单分红”的电话，并对于对方竟还能核实自己的保单内容从而感到惊讶！保单分红，一件听起来再正常不过且有收益拿的好事儿，背后却有可能暗藏陷阱。据悉，一些非保险机构人员冒充保险公司工作人员，以领取“保单分红”名义，诱导欺骗消费者办理退保并购买其他投资产品。

常见骗局要警惕

一般来说，犯罪分子常用的手法有冒充保险公司从业人员，以“保单分红”、“保单升级”、“赠送礼品”、“售后服务”等名义联系保险消费者，取得信任后，贬低消费者已购买的保险产品价值，诱导消费者办理退保或保单质押，转投其推荐的高收益 “理财产品”，此行为很可能涉嫌诈骗或非法集资，严重威胁消费者资金安全。在遭遇此类情况时，消费者一定要提高警惕。

与此同时，消费者也应该树立正确的保险意识。需要明确的是，保险的主要功能是提供风险保障，消费者应提高自我防范意识，谨慎办理退保或保单质押。不受所谓的“高额回报”蒙蔽，不与所谓的“代理人”签订任何私下协议，不轻易将所持保单、个人身份证件等出示或委托他人，以免消费者在不知情的情况下“被退保”或“被理财”。

但是，有消费者会疑问，为什么这些不法分子能够准确说出自己的投保信息呢？据了解，有不法分子通过非法手段获取客户投保信息后，在网络或是其他非法渠道上廉价打包卖出，包括客户的车险、寿险等保单信息。对此，业内人士指出，保单信息是保险公司重要的客户资源，保险公司是不会主动让这些数据流通到市场的，而且会保护客户的保单信息不被泄露。但是，随着互联网保险的发展，一些保险公司以及保险中介、代理公司都开展了线上业务，而由于技术等问题，保单信息被盗取泄露是有可能的。

“心中有数”维权益

保险消费者具体又该如何保护自己？监管部门提示广大消费者，“退旧保新”应该做到四个“心中有数”：一是对自身保险需求做到心中有数。不同的保险产品，其风险保障、储蓄或投资功能侧重不同。消费者应当根据自身家庭状况、所处人生阶段及收入等因素，选择合适的保险产品。此外，保险产品侧重于风险保障，消费者不宜把保险同银行存款、国债、基金等片面比较，更不能把保险当成其他金融产品的替代品。

二是对销售人员鼓动“退旧保新”的理由做到心中有数。销售人员往往会以旧保单收益低、公司回馈老客户的福利等理由鼓动消费者“退旧保新”。消费者不应轻信销售人员的一面之词，应该通过保险公司官方渠道核实销售人员理由的真实性，切勿盲目跟风减保或退保。

三是对“退旧保新”产生的损失做到心中有数。减保或者退保会影响原有保单收益和保障，并可能产生退保损失。在鼓动消费者“退旧保新”时，销售人员往往避重就轻夸大转换新合同的好处，而故意隐瞒旧保单减保或退保产生的损失。消费者应该认真了解“退旧保新”可能产生的损失，作出理性选择。

四是对新保单相关情况做到心中有数。不同保险产品，缴费期限、保障范围存在差异。消费者应当仔细阅读新产品的保险条款，了解新产品的缴费金额、缴费期限、保障期间、保障范围等信息，认真配合保险公司进行回访，及时行使犹豫期权利，避免蒙受损失。

一旦遭遇此类诈骗，消费者切记积极维护自身合法权益。银保监会提醒，消费者如遭遇类似自称保险公司人员的“分红”邀约，可以通过保险公司网站、统一客服电话等正式渠道查验真实情况和相关人员资质，了解保单分红具体情况，核实保险机构办公场所等。此外，如果已经不幸被骗，且发现所购买的“理财产品”涉嫌非法集资等违法犯罪行为，请及时向公安机关报案。

大数据

上海支持普惠金融工作显成效

文 石佳盈

近日，上海银保监局发布了《2019 年度上海市普惠金融发展报告》，该报告全面回顾了 2019 年上海地区推动普惠金融业务的总体情况。《报告》显示，2019 年上海市普惠金融工作在小微企业金融服务持续增量扩面降本提质等六个方面取得了突出成绩，截至 2019 年末，银行类金融机构小微企业贷款余额 1.34 万亿元，其中单户授信 1000 万元以下小微贷款余额 3859 亿元。

具体表现为，小微企业金融服务持续增量扩面降本提质；科技金融持续发力支持科创中心建设；民生金融框架初具雏形；多元化融资渠道不断完善；普惠金融服务政策支持体系更加健全；风险分担与信用增进机制逐步完善。小微企业金融服务持续增量扩面降本提质方面，《报告》显示，截至 2019 年末，上海银行业银行类金融机构小微企业贷款余额 13351.68 亿元，其中单户授信 1000 万元以下普惠型小微贷款余额 3859.16 亿元，同比增长 25.96%，不良率 0.97%，低于全国平均水平。在沪中资银行单户授信总额 1000 万元以下小微企业贷款加权平均利率 6.68%，较年初下降 0.9 个百分点，其中，大型商业银行单户授信总额 1000 万元以下小微企业贷款加权平均利率 4.64%，同比下降 0.7 个百分点。

关于科技金融持续发力支持科创中心建设，《报告》显示，截至 2019 年末，上海银行业金融机构科技型企业贷款余额 2796 亿元，较 2018 年末增长 15.88%，不良率为 0.74%。投贷联动项下贷款余额合计 55.6 亿元，较 2018 年末增长 42.26%。

而在完善民生金融框架上，《报告》提到，上海银保监局开展推动银行保险业支持养老、家政、托幼等社区家庭服务试点工作。其中，银行业从制度建设、产品设计和完善组织架构等方面提高民生行业信贷服务水平。保险业通过推动住房反向抵押养老保险、涉老责任险和意外险产品提升责任险服务水平。

此外，完善多层次市场融资体系，拓展多元化融资渠道方面，上海地区已发展起包括银行、保险、证券以及小额贷款公司、融资担保公司、融资租赁、典当行、地方资产管理公司等新型机构在内的功能完备的多元化金融服务供给体系。

截至 2019 年末，上海市共有 130 家小额贷款公司，贷款余额 208 亿元；融资租赁企业 18.9 万家，管理租赁资产规模约 1.5 万亿元；典当行共 306 家，当年实现典当总额 346.7 亿元。在完善风险分担与信用增进机制方面，上海银保监局注重发挥发挥保险机构与融资担保机构作用，为企业提供融资增信服务。

快资讯

“新华上分”开展防范非法集资宣传

文 石佳盈

6月 15 日，新华保险上海分公司联合上海市公安局边防和港航公安分局、虹口区检察院、工商银行虹口支行共同开展“守住钱袋子，护好幸福家”2020 年防范非法集资专项宣传活动。

新华保险上分在活动现场设置防范非法集资知识宣传展架，向来往行人发放包含丰富案例的宣传手册和折页，介绍非法集资的特征、表现形式和常见手段，揭露犯罪分子的惯用伎俩，并耐心向现场群众普及防范金融风险知识，提醒群众远离非法集资，警惕高利诱惑。

在场的警官、检察官和工作人员分别结合典型案例开展防范非法集资犯罪宣传，向群众传递正确的投资理财观念；提醒金融消费者加强自我保护，警惕高收益投资陷阱和盲目借贷风险，拒绝 “高利”诱惑，遇到各类非法集资行为时，及时向当地公安机关报案。

中国太保启动首届“6·16 伙伴节”

文 石佳盈

6月 16 日，中国太保旗下中国太保寿险为 80 万服务亿万家庭幸福保障的保险营销伙伴举办 “6·16 伙伴节”，这是首个以节日命名、服务寿险营销员的重要日子。

据了解，中国太保寿险此次举办“6·16 伙伴节”，旨在通过全员为营销伙伴服务，以“你的事就是我的事”作为标准，进一步提升营销伙伴的从业体验和综合能力，形成合力，一家人、一条心、携手共好。值得一提的是，继 5 月 20 日中国太保寿险发布全球双对标的绩优荣誉体系和以“利他、目标、优雅、攀登、共好”为核心的绩优文化之后，在此次“6·16 伙伴节”上，中国太保寿险又宣布培养顶级保险营销员的 CG 学院正式挂牌，将通过保单、健康、养老、财务四项服务能力的培训与实践，致力将太保营销队伍打造成为保险服务专业标杆。