

主笔记

为故事和细节买单

□记者 崔烨

我小时候特别喜欢把头埋在刚刚晒好太阳的猫咪肚子上,为此没有少被长辈训:都是毛、脏、小心过敏……我没好意思说:刚晒好的猫肚子有阳光的味道。其实,每个人在生活中或多或少也都能感知空气的味道——紧张的空气、凝固的空气、剑拔弩张的空气、易燃易爆的空气、带有阳光和刚洗干净被子味道的空气……然后做出适合场景的选择。

长大后我一半时间是文字工作者,更了解了很多时候,我们是在为故事买单。很多时候,语言并没有改变产品本身,但是它却改变了我们与它之间的交互方式,也改变了我们对它的体验。

比如你宁可花一千多块钱买一口由铁匠师傅一锤一锤敲打出来的章丘铁锅,而一口机器敲打的铁锅只要一百多块,虽然二者在使用功能上差距并不那么大。美国经济学家丹·艾瑞里说:从关于决策的早期研究中,可以清楚地发现,我们并非是在各种事物中进行选择,而是在对它们的描述中进行选择。《舌尖上的中国》就这样描述章丘铁锅:“12道工序,18遍火候,大大小小十几种铁锤工具,一千度高温冶炼,三万六千次的锻打,每一次的锻打,都是对铁最有力的历练。注入气力的同时,更赋予铁锅以生命……”妥妥的匠人精神呐。

的确,生活的美,往往藏于事物细节之中。英国哲学家罗素写过一篇小文,说他自己吃杏的快乐来源于他知道这是一种从中国传到欧洲的水果,到欧洲的第一站是意大利,被命名为Precoca,但是当杏传到英国的时候,名字走样了,变成Apricot。罗素说,这种小知识不会影响杏的价格,但是不知道为什么,这个小知识让他每年吃杏的时候多了一份享受。

我有一次跟一个温州的同事一起晚餐,餐厅在外滩源,很是高大上,但是同事夹了黄鱼一筷子,就叫来厨子说没有蒸好,他告诉我:因为靠海从小吃鱼,知道鱼脊上的肉勺子轻巧一刮就应剥落。

据说,好的糟溜鱼片都要用好的鲢鱼,而且得吃立秋以后、立冬以前的鱼。为什么呢?领域的繁殖期为每年的4月下旬至7月上旬,这时候的肉是口感最不好的时候,鲢鱼是暖水性鱼类,在水温15℃至30℃时,食欲旺盛;而水温低于14℃时,就聚集在深水区不大活动。这时候才是肉质最美的时候,这样的糟溜鱼片才是讲究。

我并不是鼓吹奢侈生活。但喜欢有理有据,知其然知其所以然。就像好友送我瓶香水,除了气味,我更关注香水的名字、背后的故事,这样使用的时候,就会有不同的心情。

最近在翻《日用之道》,作者高一强说:很多时候,知道了事物背后的故事,会让我们快乐起来。借着这些故事,我们看到了关于感知、认识、欣赏以及关于继承的种种存在。生活中,人与人、人与物之间的关系所产生的联系,在寻找、期待、相识、相知过程里,这些故事就成为了关乎记忆、关乎生活经验的最好的联结。

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。



崔烨
eyiluc@163.com

年金险锁定 4%收益 理财产品预期收益普遍降低

文 易无花 石佳盈

随着9月份CPI数据站上3%,整体银行理财收益率也持续下行。记者近日发现,在市民对理财产品收益预期普遍下行的大环境下,部分年金类产品因为最高锁定了4.025%的产品而受到市场追捧。

放低资金收益预期

“预定利率4.025%将成往事,抓紧最后薅羊毛的机会”,“快上车,这是最后的高息年金险了”,“告别年复利4.025%,以后最高只有3.5%”……最近,不少人通过保险销售人员电话、短信、微信朋友圈,看到了类似“年金保险产品要降息”的消息,同时,一大波保险公司“高收益产品即将停售”的“炒停”信息也随之而来。这是怎么回事?

8月30日,银保监会发布红头文件《182号文》,表示为了守住不发生系统性风险底线,决定不再批准保险公司开发定价利率高于3.5%的传统养老年金产品。银保监会的担忧其实不无道理,1990年代预定利率为8%的养老年金保单如今正面临集中兑付潮,而大多数保险公司的年化投资收益都是在8%以内,且更多集中在4%-5%,兑付压力可见一斑。

今年以来,全球央行纷纷掀起降息潮,国际货币基金组织今年已连续3次下调全球经济增长预期;8月1日,美国宣布10年来首次降息;8月下旬,丹麦银行推出了世界首例负利率贷款;近日,德国提出或效仿丹麦推出负利率房贷;9月6日,国内央行宣布2019年将第三次下调金融机构存款准备金率0.5个百分点。

经济环境不景气,存款利率下调,理财产品收益走低……在这样的背景下,如果向



客户承诺未来几十年一直保持4%的年复利收益,对保险公司来讲确实存在风险,此番调整自然也是意料之中。

年金产品须长期投资

根据公告,此后长期年金产品预定利率最高为3.5%。仅仅从0.525%这个数字可能感受不到复利的魔力,那就给各位举个例子吧——

假设客户购买了一款100万元的年金产品,以4.025%复利增长,50年后其价值将达到719万;但在利率3.5%的情况下,50年后将增长为559万元,二者相差整整160万元,收益降低22.5%。

在全球宏观经济大背景下,利率预期下行已成趋势,中国利率水平也随着经济的发展和增速放缓而不断下降,低利率、低增长将成为经济发展的新常态。保险公司的4.025%利率在现阶段已经超过绝大部分银

行的定期存款利率,虽然不及理财产品,但是可以锁定长期利率,具有很强的配置优势。

业内人士表示,保险公司的普通型养老年金或10年以上的普通型长期年金,一旦预定利率超过3.5%就需要经过监管审批,不超过3.5%的话就只需备案即可,此前这个预定利率分界线是4.025%。今后年金产品审批条件可能会变得更严,而不是说以后4.025%不会再有了。

一位保险代理人表示,与银行理财相比,年金险真正的优势在于安全保本、强制储蓄、复利可观,用在规划教育金、养老金、储备长期稳健的理财资金是最好的选择。但年金险保费偏高,对于消费支出较大的年轻人来说压力较大,更适合有稳定储蓄习惯的中年人。另外年金险一般期限较长,一旦过了犹豫期退保,往往要交很多违约金,本金都会亏损。投资者在购买之前需要根据自身需求谨慎选择。

金融家

科技赋能保险普惠

文 石佳盈

10月18日,在第二届中国银行保险业国际高峰论坛上,众安保险常务副总经理兼董事会秘书王敏发表主题演讲,并首次提出了保险领域的“五新”概念。

据了解,保险要实现从普惠1.0——让更多的人拥有保险,到普惠2.0——让人拥有更多的保险的跃升,其路径是要重点关注“五新”,即新产品、新技术、新触点、新人群和新需求。王敏表示,在近六年的探索中,众安通过科技赋能,不断优化保险价值链,助力普惠金融,让其从“可能”变为“可行”,从“可行”达到“更高效”,最终实现价值创新的普惠。

科技赋能对保险带来的改变首先便是提升了保险的便捷性和可获得性。以尊享e生为例,它瞄准了市场中消费型医疗险的长期缺口和巨大需求,创新引入免赔设计,让消费者能够以较低的费率享受丰富、足额的医疗保障,同时也向市场普及了保障型保险产品,让保险回归保障本质。据了解,三年来,尊享e生经历了13次产品更替,目前已覆盖保障超过百万级家庭,

累计460万在保用户,用户平均年龄35岁。

科技也让保单成本不断降低变得可行。例如,众安成立之初件均保费不足一元,这在传统保险公司是完全不能覆盖其保单的固定成本,而金融科技的赋能大幅降低了保单成本,压缩了中间渠道成本,为保险普惠更多人群提供了可能。

科技赋能下,保险行业效率得到有效提升,保险变得更便利、更高效。据王敏介绍,众安的承保及理赔的自动化率目前分别达99%及95%以上,在线客服人工智能使用率则达到70%,令在线服务人力节省61%。

据披露,2019年上半年众安服务用户3.5亿,提供33.3亿份保障,工程师及技术人员在雇员中占比51%,科技研发投入占当期保费比例达7.8%,5大核心生态系统合作伙伴330家。王敏指出,众安将继续坚持科技驱动金融,做有温度的保险,“真正的普惠是让天下保险更有温度”。



快资讯

银保监会加强整治 强制捆绑销售等乱象

文 石佳盈

10月10日,银保监会公布了《关于开展银行保险机构侵害消费者权益乱象整治工作的通知》。通知称,为了切实维护银行保险消费者合法权益,银保监会决定组织银行业保险业开展侵害消费者权益乱象整治工作。

据了解,本次整治工作以银行保险机构自查为主,监管部门适时开展督导和抽查。主要分为自查整改、监管抽查、总结汇报三个阶段。自查整改阶段中,各银

行保险机构应于11月30日前完成自查整改工作并书面报告辖区银保监局。监管抽查阶段为今年10月-12月,各银保监局根据辖区情况,针对重点机构和重点业务,适时开展监管抽查。

最后为总结汇报阶段,各银保监局应于今年12月15日前,向银保监会消保局报送侵害消费者权益乱象整治工作报告,报告内容应包括组织实施、机构自查情况、监管抽查情况、行政处罚情况和工作建议等内容,并填报相关表格。

大都会人寿发布 顾问行销渠道价值主张

文 石佳盈

10月15日,中美联泰大都会人寿保险有限公司正式发布顾问行销渠道价值主张——“是规划师,更是人生伙伴”,以客户为中心重新定义寿险代理人的使命、角色和社会价值,以充分满足客户在不断变化的社会环境中对“人生伙伴”的迫切需求。

大都会人寿中国CEO孙思毅表示:“我们早在15年前创立顾问行销团队伊始就定下了‘以客户需求为中心’的方针,

而此次率先在业内推出顾问行销渠道价值主张,意在客户、代理人和公司之间构建起真诚、有效的‘人生伙伴’关系。”

“纯销售导向的传统思维在大都会人寿是不被认可的,我们要求每一位新人不被这种思维所影响,并从培训第一天起就为其宣导以客户为中心的理念。”孙思毅向周到君表示。据了解,大都会人寿顾问团队一直以“门槛高”著称,且从来只收没有从业经验的“白板”,哪怕对方已经积累起足够的客户资源也不例外。