

主笔记

那些“姐姐”教会我的事

□记者 崔烨

热播剧《三十而已》以及综艺节目《乘风破浪的姐姐》让“姐姐”这个词变得很热。人们对“姐姐”有诸多定义:美、飒、强、爽、独立、坚韧、领导力……在你成为“姐姐”之前,成功的全部就是自我成长;当你成了“姐姐”,成功的一部分就变成了还要帮助他人成长。

“姐姐”一定是有年龄支撑的,可又不是年龄的必然结果。有人在“妹妹”的年纪,已经有了“姐姐”的姿态,可也有人或许一辈子都只想做“妹妹”。“妹妹”每天都会遇到两个问题:一个是打开外卖软件不知道今天吃什么,另外一个就是站在衣橱前不知道穿什么。“姐姐”或许已经早早做好了计划,不管是衣物服饰还是菜肴搭配,这样工作的时候就不需要浪费过多的精力。

最近看一篇杂谈,说斯坦福大学生物学系新落成了一栋综合大楼,有个宽敞明亮的现代化大型自助餐厅,实物很丰盛,价钱也很合理,紧邻医学院和化学系,这些人吃饭时谈论的几乎都是与自己的研究、学习、工作有关的事情,没有听到一次是在议论别人是非的,也没有人传播社会上的八卦新闻,甚至像体育、政治这些大众话题也几乎听不到。

“他们是把吃饭作为工作时间的延伸,相约的往往不是私人朋友,而是与研究、学业有关的人。他们在吃饭中间交流信息,激发灵感,寻找合作契机。整个饭厅几百号人同时吃饭,但是一点不觉得吵闹,大家都是在平静交谈。”而相较之下,国内大学的食堂,那是热闹非凡,十分嘈杂,谈论什么的都有,就是没有听到有人在谈学习或者研究的。这位学者感慨,要取得世界最好的科学成果,必须满足两个条件:一是在学术最前沿思考问题;二是专一执着,只想科研一件事。

其实“姐姐”、“妹妹”是泛指,“姐姐”的为人处世比“妹妹”成熟,更善于时间管理,而且也更具有领导力。很多人认为,领导力与自己无关:我既不掌握一家大公司,也不是将军与领袖,我只是普普通通的人。但领导力其实与每一个人有关。有些人的自我成长似乎完成得很好,拥有能量——以各种形式体现:金钱、地位、权力、才能,但他们却拒绝帮助他人成长,即便是自己的孩子,也找不到好的办法。给予是成长的更高级阶段,“姐姐”们更能给家人安全感,给孩子时间与耐心,给同事朋友自己的见解与观念,给陌生人善意和同理心。

每个女性初入职场时,都是“妹妹”:生涩、懵懂、欠缺经验,没有人脉、没有资源……最终,不管是被迫还是自愿,每个人都必须向着“姐姐”努力,因为如果只想做“妹妹”,肯定会处处碰壁。我们不知道命运把我们放在哪个位置,又给了我们多少弱点,但只要由制定计划、完成计划的自由,弱点将变成资源。撞疼了,在疼痛中学习,一日日成长。现在的我,其实是被我自己一手创造的。



eyikc@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我们。

险企备战明年“开门红”新品预售比往年来得更早

□记者 崔烨

日前,随着中国人寿、太保寿险、平安人寿几家大型险企相继开启新产品预售活动,一年一度的保险业“开门红”正式启动。进入四季度对于保险业来说,正是备战“开门红”的关键阶段。在经历2020年因疫情受挫而被称为“最惨淡开门红”的背景下,各大保险公司皆已开始摩拳擦掌——

营销季比往年来得更早

9月下旬,中国人寿率先推出2021年“开门红”主力产品——“鑫耀东方年金保险”,产品发布时间同比去年的10月8日再度提前,开售日期定于2020年10月20日,意在延续过去两年抢跑“开门红”的做法。随着国寿打响第一枪,2021年“开门红”会战将再度提前。

太保紧随其后推出“开门红”产品鑫享事诚年金险(庆典版),并于10月1日上市,启动新产品预售,预售时间抢在了国寿之前。而在去年,其“开门红”新产品启动销售的时间为12月1日。

有意淡化“开门红”的平安人寿也重启以往节奏,10月10日,“开门红”新产品“金瑞人生(2021)年金保险”焕新上市,比此前传言的11月上旬启动“开门红”的时间节点提前了一个月。10月中旬,许多分公司、中支公司就召开“开门红”启动大会。除了在节点上提前启动“开门红”以外,平安人寿还将取消



原先对于短期储蓄险的限额销售,显示出全力冲刺“开门红”的决心。

新华保险“开门红”节奏则相对平稳,截至发稿日还没有相关产品信息,但十一长假后就已开始预热,有消息称将于11月下旬正式启动“开门红”,同比去年的12月份有所提前,目前正进行大规模增员和开展产品报备工作,并通过获客型产品进行业务储备。

太平人寿则保持与去年相同的“开门红”节奏,某中支公司的外勤团队长称,他们公司将于12月3日正式启动“开门红”,目前尚没有相关产品,正在全力增员预热,为“开门红”会战储备充足的人力,增员的力度比去年更大,政策更优。

头部险企争先打卡“开门红”,引得其他险企积极跟进。某新锐险企明确了“一个月完

成20亿”的目标,“开门红”从往年的12月末大幅提前,从10月就开始人力储备。

“返还快收益高”成主旋律

可以预见,2021“开门红”将是一场“大战”。纵观各家险企的“开门红”的举措,有两个共同点——节点提前,产品激进,从中可以看出誓夺全胜的决心。从节点看,上述各家险企“开门红”启动时间大都提前,即使节点平稳的,也都超前预热,积极储备人力。

从产品看,各家险企都再度祭出“开门红”的传统打法:主推理财型产品,“年金+万能”的双主险组合形式,给予较高收益率,同时设定限额,以此吸引客户。其激进在于快速返还,高收益率。各家险企“开门红”产品交费期限多为3年/5年/10年,主要是10年期及以下产品,同比去年以15年期产品为主流进一步缩短,某险企的“开门红”新产品保险期限更是进一步缩短为“交3保6”。

高收益率是今年“开门红”产品的统一调,国寿“开门红”新产品绑定的万能险结算利率最高可达5.1%;平安人寿匹配的万能账户结算利率也在5%以上;太保寿险的万能账户结算利率也高达4.9%。

虽然各家公司极力在“开门红”产品形态上大力创新,以增强吸引力竞争力,但亦难掩“新瓶装旧酒”的尴尬,于是更强大的推动力、更有劲的爆发力,成为“开门红”决胜的关键。

快资讯

进博风景线：工行志愿者在行动

文 石佳盈

近日,工商银行全面启动第三届进博会志愿服务工作,组建专业的进博会志愿服务队伍,将以更贴心、更专业的服务,全力以赴为进博会贡献工行力量。

今年工行结合去年志愿服务经验,部分志愿者已早早集结。他们作为先遣部队,在工行“出海优品 云洽全球”系列全球供需对接会、“环球撮合荟”中小企业跨境对接会等各项进博会前期活动中都能看到他们的忙碌身影,他们积极为中外企业提供多语种的金融咨询与翻译服务;即便是国庆中秋双节长假期间志愿者们依旧挑灯夜战,全心投入,整理统计今年参会客户信息,确认核算每组数据和表格,及时做好各方提问回复,并且及时完成了进博会证件申办工作,展现了工行青年无私奉献的精神和做好服务进博工作的决心。

值得一提的是,在第二届进博会期间广受好评的工行礼仪志愿者队伍,将再次亮相第三届进博会。礼仪队的成员来自工行上海分行和支行各个机构,主要任务是服务进博会嘉宾欢迎会、中欧企业家大会等。他们穿上优雅的制服,脚踩高跟鞋,面带亲切微笑。在大家眼中,礼仪姑娘似乎只是“站一站”、“走一走”这么简单,但事实上礼仪工作需要长久的坚持和顽强的意志,他们需要克服昼夜排练带来的疲倦,牺牲自己休息和与家人陪伴的时间,只为在现场展示最好的自己。





光大银行最新理财产品信息

产品名称	期限	近期参考年化收益率	风险揭示	运作模式	产品投向	代码
光银现金A	按日计息	3.10%	适合稳健型以上客户购买	开放式净值产品	主要投资于以下符合监管要求的固定收益类资产,包括但不限于银行存款、同业存单、货币市场工具、各类债券、货币市场基金、债券基金、质押式及买断式回购、其他符合监管要求的债权类资产等	C1030316000026

理财产品过往业绩不代表其未来表现,不等于理财产品实际收益,投资须谨慎。

产品特点:

起点1万元

购买起点金额1万元,产品最低持有份额为1千份,再次购买可以1千元的整数倍追加

申购时间延长至15:15

申购交易较普通产品顺延15分钟,即15:15申购产品,可享当天收益

7*24小时申赎

可通过手机银行、网上银行7*24小时提出申购、赎回申请,足不出户,更方便

支持快速到账

到账内本金快速到账

产品名称	期限	业绩比较基准	风险揭示	起点金额	特点	募集期(售完即止)	产品投向	代码
优客理财	32天	4.10%	适合稳健型以上客户购买	5万元	收益稳健	滚动发行	本产品采用FoF(Fund of Fund,基金中的基金)投资管理模式,光大银行作为管理人根据经济基本面及市场变化,投资者风险偏好、产品期限和预期收益等因素,投向由光大银行管理的货币市场工具组合、债券类资产组合和其他固定收益类资产组合。	C1030316000620
阳光金18M添利4号	18个月	4.10% - 4.70%	适合稳健型以上客户购买	1元	开放式净值产品	2020.10.1 - 2020.11.3	本产品投资范围为投资于境内外市场的固定收益类、衍生品类金融工具。	Z7001420000040

中国光大银行郑重提醒您:

理财产品过往业绩不代表其未来表现,不等于理财产品实际收益,投资须谨慎。详情请咨询24小时客服热线:95595 客服投诉电话:58895595 网上银行:www.cebbank.com。

