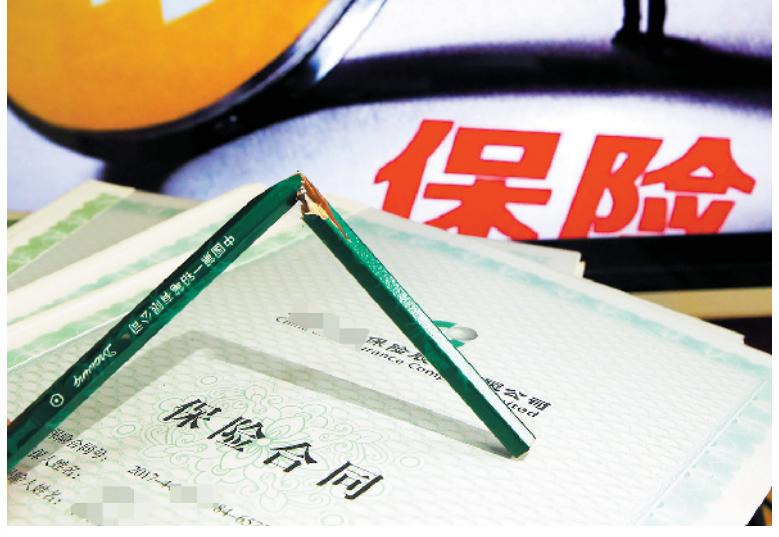


文/周晓玲 图/王俊伟

为了谋求利益,一些保险业务员劝消费者“退旧买新”,有些个人或团体甚至让消费者委托其代理“全额退保”事宜,并以此收取消费者高额的手续费。银保监会消费者权益保护局提醒消费者:要警惕“代理退保”的风险隐患,根据自身需求谨慎办理退保,依法理性维护自身合法权益不受侵害。



“退旧买新”需谨慎

近日,黄女士有个做保险业务的朋友给她介绍了一款新的保险产品,相比黄女士两年前买的保险产品,这款保险保障范围更全面,而且保费更低,朋友劝她及时退保止损,购买性价比更高的保险产品。正当黄女士有些心动的时候,了解到有朋友退了旧保险,新保险等待期间,查出患有癌症,导致旧保险已失效,新保险也不能赔偿,虽然最后劝她退旧买新的业务员赔了6万元,但也是杯水车薪,损失巨大。于是黄女士便打消了“退旧买新”的念头。

笔者了解到,不同保险公司

的产品保障范围不同、定价也有差异,加上近年来保险产品保障范围越来越全面,还有保险代理人在利益驱动下的推动,部分消费者便产生了“退旧买新”的念头。

消费者要理性对待保险“退旧保新”的选择,充分考虑自身保险保障需求,以维护自身合法权益。

首先,退保将遭受一定的损失。一般情况下,投保人在犹豫期后解除人身保险合同的,保险公司按照保险合同约定退还保险单的现金价值。长期寿险头两年退保损失最大,最多可损失七成,这主要是由于长期寿险产品前期扣除的各项费用较多,保单

生效两年后才有现金价值,所以前期人寿保单退保损失巨大。现金价值逐年增加,到了大约第十年左右现金价值才与所缴的保费相当。

其次,退保之后失去保障,

而新的保险有等待期,通常寿险或健康险的等待期为90天或180天,这期间若是出现问题,无论是旧保还是新保都不会理赔,将蒙受巨大的损失。

最后,通常寿险或健康保险对被保险人的健康状况和投保年龄等有限制条件,再次投保时可能面临保险公司拒绝承保,要

求增加保险费等情况。

“全额退保”是圈套

“退旧买新将蒙受经济损失吗?我帮你全额退保!”笔者在淘宝上搜索“全额退保”,便出现了不少“全额退保”的店铺。打开其中一家淘宝店,几十个评价中,全部都是好评,不少买家还有详细的评价配退款的图,至于评价是刷出来的还是真实的,便无法考证了。值得注意的是,近日监管部门收到反映,一些从事“代理退保”的个人或团体冒充监管部门或保险公司工作人员进行虚假宣传,打着“维权”的幌子获取消费者信任,挑唆、怂恿不明真相的消费者终止正常的保险合同,使消费者丧失风险保障。

4月9日,银保监会发布《关于防范“代理退保”有关风险的提示》(以下简称“风险提示”),就“代理退保”行为隐藏的三种风险进行剖析,以提醒消费者警惕风险隐患。

首先是失去正常保险保障风险。为牟取利益,一些从事“代理退保”的个人或团体冒充监管部门或保险公司工作人员进行虚假宣传,称消费者所购保险产品“存在欺诈行为,已有多名消费者投诉”或“继续持有保单将蒙受经济损失”等,挑唆、怂恿不明真相的消费者终止正常的保险合同,使消费者丧失风险保障。

其次是资金受损或遭受诈骗风险。某些“代理退保”行为并非真正为了保护消费者的合

法权益,而是以牟利为目的。退保前要求消费者支付高额手续费或缴纳定金,退保后诱导消费者“退旧投新”,购买所谓“高收益”的理财产品或其他公司保险产品以赚取佣金。

与此同时,还涉及个人信息泄露风险。一些从事“代理退保”的个人或团体打着“维权”幌子获取消费者信任,并与消费者签订所谓的“代理维权服务协议”,要求消费者提供身份证、保单、银行卡、联系方式等涉及消费者隐私的敏感信息。除“代理退保”外,有的组织还从事信用卡套现、小额贷款业务,消费者个人信息资料存在较高的被泄露或被不法分子恶意使用的风险。有的组织甚至在消费者想终止“代理退保”协议时,采用极端手段骚扰消费者,迫使其再次投诉。

什么情况下可以全额退保?“犹豫期”内退保,保险公司是全额退还保险费。据了解,目前不少险企提供至少10天的犹豫期,在此期间反悔可全额退保费。

银保监会提醒消费者,需要注意通过正规渠道依法合理维权。消费者如果对保险产品有疑问或相关服务需求,可以直接通过保险公司公布的官方维权热线或服务渠道反映诉求;也可以通过拨打12378银行保险消费者投诉维权热线等方式,向监管部门反映。

到东莞工行 最快2分钟完成税务办理

“我来银行就是想打个对账单,没想到还能把完税证明、营业执照都办了,而且在智能柜员机上就能办,不用排队等,太方便了!”东莞市某企业财务朱小姐惊喜地向记者表示。

据朱小姐介绍,她们公司是做企业管理咨询服务的,每个月都要分别打印完税证明和银行对账单,现在只要进银行“一家门”就可以办好财务和工商税务业务“两家事”,大大节省了企业人力物力和时间成本。

2020年4月28日,中国工商银行东莞分行与国家税务总局东莞市税务局在东莞分行签署“银税互联”自助办税暨工行驿站合作共建协议,双方领导共同为“银税互联”自助办税暨工行驿站共建便民服务点揭牌,这标志着东莞工行辖内首超百家网点正式上线自助办税服务功能,全面覆盖东莞市33个镇街101个网点。

据东莞工行相关负责人介绍,“银税互联”自助办税功能

是工行智慧银行生态系统E-COS建设成果之一,其上线后,个人和企事业单位在该行指定网点的智能柜员机上即可轻松免费办理近30项税务业务,涵盖个人所得税完税证明、个人及单位社保费完税证明、契税完税证明、车船税测算、打印个税纳税记录等高频率、常用税务业务。

纳税人只需带上身份证件,即可享受“免填单、无纸化、一站式”办税体验,最快2分钟可办妥,真正实现少跑路、多办事。

“下阶段,东莞工行将继续加强与东莞税务部门的合作联动,投产更多自助办税服务功能的智能设备到银行,惠及更多纳税人。同时我行还将持续深化银政合作,在新场景搭建拓展、流程优化改造、服务体验提升、融资产品创新等方面持续出实招,办实事,全方位提升对广大客户和实体经济的综合化、个性化服务能力。”东莞工行相关负责人表示。

(周晓玲 杨文)

中信银行发布第12期 “资管经理人景气指数(AMI)”

中信银行近日发布第12期“资管经理人景气指数(A-MI)”。该指数AMI以50%作为银行资管行业景气度的分界点,AMI高于50%时,反映银行资管行业景气度较高;低于50%,则反映银行资管行业景气度较差。第12期综合指数AMI为50.0,较上期回落2.5个百分点,与上期相比景气度有较大下降,但尚未跌入荣枯线之下。

影响2020年一季度AMI综合指数因素,一是全球新冠肺炎疫情暴发对世界各国经济造成巨大冲击,投资、消费与进出口数据均大幅回落,

2020年经济增速将受到较大承压,投资者的市场信心低迷;二是受疫情与国际油价大幅下跌影响,美国金融市场引发流动性危机,进而造成全球金融市场大幅波动,各大主要资产价格均大幅下挫,投资者情

绪受损,风险偏好大幅回落;三是得益于中国较早、较快地控制住了疫情,中央积极采取更加灵活适度的货币政策和更加积极有为的财政政策开展逆周期调节,投资者情绪有一定修复,AMI并未回落至50以下。

2020年第一季度AMI虽较上期有所下跌,但仍在荣枯线之上,表明新冠肺炎疫情等黑天鹅事件虽然对我国银行资管行业造成了一定的冲击,但银行资管转型步伐坚定、前景光明,银行资管经理人对未来发展有较强信心。

AMI指数由中信银行资管中心研发,主要采用问卷调查的方式进行,调查范围限定在理财业务规模排名前150的银行,按季在“中信银行资管”微信公众号(微信号:zhongxinziguang)发布。

(周晓玲 杨广)

广发银行2019年年报公布: 信用卡交易总额2.41万亿元

广发银行2019年年度报告于4月30日正式披露,信用卡作为该行零售主力军,业绩表现抢眼。报告显示,2019年,广发信用卡累计发卡达到了8106万张,总收入543.16亿元,全年交易总额达2.41万亿元。信用卡专属APP发现精彩注册量更是达到4116万,其中绑卡用户2675万户。

年报还透露了广发信用卡透支余额以及不良贷款率等核心指标。根据已经披露年报的各银行数据,广发信用卡上述各项指标均稳居行业前列。

在产品和服务创新方面,2019年广发信用卡坚持以差异化优质服务满足不同客群消费需求,打造与时俱进的信用卡,坚持做行业的突破者和引领者。广发信用卡推出粤港澳大湾区畅游信用卡,率先为港澳人士开通办卡绿色通道,推动湾区个人居民金融服务的创新化和一体化;在信用卡高端市场,针对高净值人群推出广发VISA无限卡,开放顶级卡的申请资格,为客户打造优质金融服务体验;推出国寿广发奕健康联名卡,实现保银

协同高质量发展,主打“保障+医疗+健康权益”,弥补了市场空白。广发信用卡还以“发现精彩”APP为生态链建设的核心平台,构建“生活电商+金融场景”的闭环服务。“发现精彩”APP票券模式连接92座城市的1062个商圈,覆盖餐饮、娱乐、百货超市等超万家商户。

2019年,广发信用卡还深耕大数据及人工智能技术的研发和应用,提升业务经营效率和客户服务水平。比如运用语音大数据分析技术对不同客户的需求进行数据化解读,让海量的客户来电声音被“看到”,从而了解客户深层次需求。在风险控制方面,面对行业风险暴露的严峻形势,广发信用卡在发卡客群准入、交易监测、额度维护和催收等环节多管齐下,提升资产质量,重点落实化解不良资产,管控高风险客群与优化客群结构措施,全力压降新增不良,夯实风险抵御能力,平衡风险与经营收益。

(周晓玲 杨广)

客户至上,合法权益与商业秘密不容侵犯

——招商银行东莞分行依法维权实录

招商银行东莞分行离职员工林某无视职业保密道德规范,违反劳动合同约定的竞业限制要求,仍以原工作单位、岗位、职务等名义通过邮件、微信等方式骚扰原客户,群发、销售某国际信托有限公司等同类业务理财产品,导致大量客户向该行投诉。为维护银行和客户的合法权益,招商银行东莞分行运用法律手段积极维权,以实际行动践行“客户至上”的经营理念。

经东莞市第一人民法院立案审理,责成林某一是立即停止侵害原单位商业秘密和客户账户安全的行为;二是林某通过正式书面形式赔礼道歉、消除负面影响;三是林某向该行赔偿经济损失人民币50000元。

招商银行东莞分行提醒广大客户:请保护个人信息安全,通过银行正规渠道办理个人金融业务,避免账户安全遭受不法人员侵害,造成资金损失。(周晓玲 杨广)

邮储银行东莞市分行:

四个“坚定不移”引领全年发展

邮储银行东莞市分行数据显示,截至一季度末,该行各项存款规模达到541亿元,各项贷款规模达到325亿元,均位居全市银行业第9位。一季度,累计向实体经济投放资金52亿元,流向中小企业的资金占比达60%。

据了解,该行风险管控能力稳步提升,连续多年被评为风险管理先进单位和安全生产先进单位,近三年在监管机构考核中,均名列全市银行业前茅。资产质量保持优良,不良贷款率保持在0.3%的低位,连续多年居全市银行业前列。接下来,将坚定不移支持重点项目建设计划、坚定不移做好小微金融服

务、坚定不移践行普惠金融、坚定不移抓好风险案防引领2020年发展。

疫情发生以来,邮储银行东莞市分行首抓党建引领,落实国有大行责任与担当,积极响应政府号召,研究部署疫情防控和金融支持工作,全力支持企业复工复产。

对2020年重点工作和计划,该行将以坚定不移支持重点项目建设计划、坚定不移做好小微金融服务、坚定不移践行普惠金融、坚定不移抓好风险案防等四个“坚定不移”引领2020年发展。其中小微金融服务方面将结合地域经济特点,坚持信贷投放力度和产品创新

力度两个不放松,以税贷通、信捷贷、E捷贷、快捷贷、科技贷等为抓手,按照“一镇一品”思路,加快特色支行建设,力争再新增2-3家总行级或省级特色支行;积极整合内外部资源,不断丰富和完善小微金融服务体系,进一步围绕企业的技术升级、设备更新改造等,扩容科技贷,基于部分核心企业和上下游供应商,量身定制“一揽子”金融服务方案。同时进一步加强与大岭山信立农批市场、江南农批市场、樟木头塑胶市场等专业市场的合作力度,持续加强对三农支持力度,助力打好精准扶贫攻坚战。

(周晓玲 杨广)

线上加博会明日开幕 助力企业智能化生产

羊城晚报讯 记者唐波报道:第一场线上加博会将于5月13日正式开幕。目前各项筹备工作已经进入倒计时。记者通过走访企业了解到,参展企业专门推出了针对国内市场的展品,将线上加博会当成是企业拓展内销市场的良机。与此同时,通过对线上展会带来的数据流的精准把控,有助于参展企业加速实现智能化生产,更好地适应国内市场。

为线上加博会企业专门开发了新品

“已经都准备好了,备货、客服、物流,还有我们的直播设备。”东莞展览皮具手袋厂(以下简称“展览皮具”)的曹贤友趁最近直播时间,准备了新的产品。

“曹贤友是参展商之一,他

说这话,我是迫不及待了。”曹贤友给出了参展皮具想实现的三个目标:做一次成功的直播、有卖爆的款式、售前售后客服和物流能力能经得起大促的考验。“简单说就是播好、卖好、服务好。”

东莞市百盈家居用品有限公司总经理彭生同样对本次加博会充满了期待。受疫情影响,亚马逊闭仓,买家停止从工厂进货,此前百盈家居收到的OEM订单悉数堆积仓库。彭生的目标是,借助此次线上加博会,拿出高品质的出口货品,多吸引一些内贸批发新客。

努力的并不仅仅是企业,为了最大限度地发挥线上展会的

功效,更好地帮助线上加博会参展企业获得订单,加博会组委会秘书处近期还举行了多场培训会,其中5月7日和8日举行的培训会各吸引了100多家企业参加,分别就企业如商品选品、上新及提款和直播等内容进行了培训。加博会组委会秘书处相关负责人表示,今年的加博会已经是第12届,此次通过线上加博会会加大力度开拓线上发展,争取创造新的经验,为参展商提供更好、更有成效的服务。第一次采用线上方式策展的加博会组委会对变化感知明显:由于不需要线下布展,组委会争取到了更多的统筹时间。利用这些时间,组委会可以和企业更深度地沟通,从而为企业推荐和定制参展方案。

此外,相较于线下展会,线上展会的另外一个优势是组委

会和企业对展会数据的把控更精准。来到线上后,组委会可以轻松获取展会的总流量和每家参展商的被观展数据、询盘信息等,在宏观上对展会进行把控。“大多数第一次参与到线上展会的企业,还是奔着扩展渠道来的。”本次云上加博会官方合作平台1688相关负责人储曼曼表示,“实际上,经历过一次线上展会后,很多企业会发现线上展会的数据能力和给到他们渠道能力同样重要。”对于工厂而言,单店销售批发数据和品类数据都能被数据化、可视化地呈现。很多工厂由于长期代工,对内贸细分市场“两眼一抹黑”,作为生产方没有机会接触下游的销售数据,无法捕获产品趋势。参与线上展会后,企业在轻松卖货的同时,还能根据销售数据调整后续生产策略,实现智能生产。

曹贤友表示,“我们对直播有信心,但对线上展会没有经验,希望组委会能提供一些帮助。”

“努力的并不仅仅是企业,为了最大限度地发挥线上展会的

功效,更好地帮助线上加博会参展企业获得订单,加博会组委会秘书处近期还举行了多场培训会,其中5月7日和8日举行的培训会各吸引了100多家企业参加,分别就企业如商品选品、上新及提款和直播等内容进行了培训。加博会组委会秘书处相关负责人表示,今年的加博会已经是第12届,此次通过线上加博会会加大力度开拓线上发展,争取创造新的经验,为参展商提供更好、更有成效的服务。第一次采用线上方式策展的加博会组委会对变化感知明显:由于不需要线下布展,组委会争取到了更多的统筹时间。利用这些时间,组委会可以和企业更深度地沟通,从而为企业推荐和定制参展方案。

此外,相较于线下展会,线上展会的另外一个优势是组委

会和企业对展会数据的把控更精准。来到线上后,组委会可以轻松获取展会的总流量和每家参展商的被观展数据、询盘信息等,在宏观上对展会进行把控。“大多数第一次参与到线上展会的企业,还是奔着扩展渠道来的。”本次云上加博会官方合作平台1688相关负责人储曼曼表示,“实际上,经历过一次线上展会后,很多企业会发现线上展会的数据能力和给到他们渠道能力同样重要。”对于工厂而言,单店销售批发数据和品类数据都能被数据化、可视化地呈现。很多工厂由于长期代工,对内贸细分市场“两眼一抹黑”,作为生产方没有机会接触下游的销售数据,无法捕获产品趋势。参与线上展会后,企业在轻松卖货的同时,还能根据销售数据调整后续生产策略,实现智能生产。

曹贤友表示,“我们对直播有信心,但对线上展会没有经验,希望组委会能提供一些帮助。”

“努力的并不仅仅是企业,为了最大限度地发挥线上展会的

功效,更好地帮助线上加博会参展企业获得订单,加博会组委会秘书处近期还举行了多场培训会,其中5月7日和8日举行的培训会各吸引了100多家企业参加,分别就企业如商品选品、上新及提款和直播等内容进行了培训。加博会组委会秘书处相关负责人表示,今年的加博会已经是第12届,此次通过线上加博会会加大力度开拓线上发展,争取创造新的经验,为参展商提供更好、更有成效的服务。第一次采用线上方式策展的加博会组委会对变化感知明显:由于不需要线下布展,组委会争取到了更多的统筹时间。利用这些时间,组委会可以和企业更深度地沟通,从而为企业推荐和定制参展方案。

此外,相较于线下展会,线上展会的另外一个优势是组委

会和企业对展会数据的把控更精准。来到线上后,组委会可以轻松获取展会的总流量和每家参展商的被观展数据、询盘信息等,在宏观上对展会进行把控。“大多数第一次参与到线上展会的企业,还是奔着扩展渠道来的。”本次云上加博会官方合作平台1688相关负责人储曼曼表示,“实际上,经历过一次线上展会后,很多企业会发现线上展会的数据能力和给到他们渠道能力同样重要。”对于工厂而言,单店销售批发数据和品类数据都能被数据化、可视化地呈现。很多工厂由于长期代工,对内贸细分市场“两眼一抹黑”,作为生产方没有机会接触下游的销售数据,无法捕获产品趋势。参与线上展会后,企业在轻松卖货的同时,还能根据销售数据调整后续生产策略,实现智能生产。

曹贤友表示,“我们对直播有信心,但对线上展会没有经验,希望组委会能提供一些帮助。”

“努力的并不仅仅是企业,为了最大限度地发挥线上展会的

功效,更好地帮助线上加博会参展企业获得订单,加博会组委会秘书处近期还举行了多场培训会,其中5月7日和8日举行的培训会各吸引了100多家企业参加,分别就企业如商品选品、上新及提款和直播等内容进行了培训。加博会组委会秘书处相关负责人表示,今年的加博会已经是第12届,此次通过线上加博会会加大力度开拓线上发展,争取创造新的经验,为参展商提供更好、更有成效的服务。第一次采用线上方式策展的加博会组委会对变化感知明显:由于不需要线下布展,组委会争取到了更多的统筹时间。利用这些时间,组委会可以和企业更深度地沟通,从而为企业推荐和定制参展方案。

此外,相较于线下展会,线上展会的另外一个优势是组委