

■ 金融业勠力书写五篇大文章

# 年轻人规划“养老大计” 稳健型产品受青睐

“除了公司交的基本养老保险之外，我还开通了个人养老金账户，每年存入12000元。我还为自己配置了一份商业保险，到55岁可以固定领取一部分收益。”85后的李女士道出自己的养老规划。

当下，已有一部分年轻人对养老做打算。从产品类型看，保险、存款等风险较低的稳健投资产品受到不少年轻人青睐。业内人士认为，要提高更多人的养老投资意识，还需优化个人养老金制度，提升其吸引力。

● 本报记者 陈露

## 配置多种金融产品

人口老龄化加速的氛围，促使不少年轻人筹划养老大计。95后的杨女士告诉记者，她在去年开通了个人养老金账户，在对个人养老金产品进行对比后，购买了一份个人养老金保险产品。

“在个人养老金产品里，基金净值波动大。保险产品的投资回报率较高，而且适合长期投资。另外，这个账户每年最多能存12000元，我没必要把它拆分几份来投资。”杨女士说。

记者注意到，不少年轻人在进行养老规划时，一般会配置多种金融产品。除了个人养老金保险产品之外，杨女士还为自己配置了一部分低风险的银行理财产品。00后的赵女士表示，她会将工资的一部分存入定期存款进行强制储蓄，同时还购买了债券和理财产品。

95后的孙先生在为父母配置养老产品时开始关注个人的养老规划。“我给自己和父母都买了医疗险和重疾险，以备不时之需。”孙先生告诉记者，基本养老保险只是养老资产的一小部分，养老这件事还是在能力范围内更多靠自己。除了医疗险、重疾险之外，他还在关注寿险产品，一方面可以锁定长期收益，另一方面可以提供保障功能。

为了吸引投资者，银行、基金、保险等金融机构纷纷跑步入场。以个人养老金制度为例，不少银行针对个人养老金推出开户优惠政策。金融机构推出的个人养老金产品快速扩容，国家社会保险公共服务平台发布的信息显示，截至目前个人养老金产品共有763款，其中理财产品23款，保险产品82款，基金产品193款，储蓄产品465款。



视觉中国图片

## 投资收益影响购买意愿

年轻人倾向于在线上购买养老金融产品，投资收益、资金安全性等因素影响其购买意愿。

关于配置低风险银行理财产品的原因，杨女士认为，与基金的波动性相比，银行理财较为稳健。赵女士表示，自己购买的各类产品中，存款占很大一部分，主要是因为存款保本。

在市场波动、利率下行背景下，包括个人养老金产品在内的各类产品收益率受到一定影响。比如，2023年多数个人养老金基金产品出现亏损；2023年16款专属商业

老保险产品的结算利率较上年有所下降，其中专属商业养老保险产品稳健型账户的结算利率在2.1%—4.15%，进取型账户的结算利率在2.5%—4.25%。

人社部最新数据显示，已有超过6000万人开通个人养老金账户。不过，还有部分已开户的投资者对购买产品处于观望状态。有投资者表示，自己在个人养老金制度刚启动时就开了户，但是看到周围有朋友购买个人养老金产品出现亏损，所以还未缴费。

北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆认为，一方面，很多人开户是被银行提

供的优惠政策所吸引，而非真正为养老储备；另一方面，由于个人养老金产品收益率不稳定，特别是基金类和理财类产品，导致投资者缴费积极性不高。

除了内地金融产品之外，还有不少投资者将目光投向香港。香港保险业监管局5月31日发布数据显示，2024年一季度，内地访客赴港投保保费156.26亿港元，同比增长62.6%。其中，近6成保单为终身寿险产品。保险代理人梁女士告诉记者，香港储蓄分红险长期预期收益率较高，一些人将此类保险作为养老储备。

## 增加个人养老金吸引力

业内人士认为，要提高更多人的养老投资意识，需进一步优化个人养老金制度，提升其对投资者的吸引力。鼓励投资者树立个人养老保障意识，通过多元化投资方式积累养老储蓄。

国民养老相关负责人建议，加快推出个人养老金投顾业务的相关规则，鼓励支持养老保险机构发展养老投顾服务。推动金融机构从“卖产品”向“提供账户解决方

案”转变，以投顾服务帮助客户实现养老资产的科学合理配置。

该负责人表示，还应支持数字化建设，鼓励金融机构通过自建互联网运营平台的方式，加快互联网产品服务的推广，与个人养老金融投顾业务相结合，通过提供专业化的养老规划咨询服务，基于个体差异，向不同风险偏好特征、不同养老需求的人群提供个人养老规划服务。

贝莱德建信理财相关负责人表示，参考海外情况，目前个人养老金制度应当进一步拓展受众群体和入账资金来源，还可以考虑打通第二、三支柱，建立更加立体的养老机制。

杨帆表示，年轻人应提高对养老规划的认识，尽早开始规划未来的养老生活，开通个人养老金账户，并定期缴存。除传统的储蓄和投资方式，还可以考虑购买商业养老保险等金融产品，以多元化方式进行养老储备。

# 险企做起家办生意：并非只卖大额保单

● 本报记者 薛瑾

“中国式家族办公室已耕耘数年。保险公司算是比较新的人局者。”家办领域资深人士告诉中国证券报记者，“家办的门槛看似较低，很多机构和人都能参与进来，但实际门槛还是很高的，需要过硬的综合性专业能力构筑客户高度信赖的护城河。”

竞争日益激烈的家办市场正在进行着一场大浪淘沙。作为这个市场较“新”却有着天然优势和客户基础的玩家，保险公司应跳出保单思维，构建独特竞争力，自主提供或整合相关资源方，为目标客户提供保险以外的其他产品和服务，打通财富管理、信托规划、税务咨询、教育规划、养老服务“一连串”需求。

## 家办市场“新”玩家

近日，大家保险正式发布CGI家办孵化中心服务生态体系，让市场对保险公司入局家办再次有了新期待。记者从该公司了解到，CGI家办孵化中心将孵化一批具有法人思维、客户思维、市场思维的家办合伙人，为其“身份独立、财务独立、经营独立”的发展铺就职业道路。

“大家人寿CGI家办孵化中心是对服务模式的一次革新，通过整合内外部资源，形成一个紧密联结、高效协同的生态服务矩阵。出发点是培育综合性人才，落脚点是为客户提供从一个保险产品到一套解决方案的转型，根本在于践行行业高质量发展的经营指导思想。”大家人寿总经理助理王刚在发布会上表示。

近年来，保险系家办不断扩容，成为家办市场较新的人局者。除了大家人寿、中信保诚人寿、平安人寿、友邦人寿、中国人寿、阳光人寿、太平人寿、泰康人寿、太保寿险等也有成果落地。一些保险公司在总公司层面成立了高客中心或专门经营部门，通过移民、教育、法律、信托等资源的链接，提供类似于家办的综合服务。

清华大学法学院金融与法律研究中心研究员杨祥向记者介绍，保险公司做家办有多个业务模式。一是保险机构内嵌式家办，也就是在保险公司或保险中介的机构内部设立的家办，这是最常见形态。二是由明星代理人或资深保险代理人创设家办，由高客资源丰富的保险代理人创办家办或家庭工作室，在当地为其高端客户提供综合的家办服务，保险公司主要为代理人家办提供品牌赋能、专业支持与系统运营。三是保险公司与代理人合作创设家办。

对于第三种方式，杨祥说，“这是非常新的一种方式，如大家人寿的CGI家办孵化中心，通过‘S（公司）2B（家办、门店、家族事务所）2C（客户）’模式以及‘独立+融合’合作方式进行。这种模式下，由保险公司搭建赋能平台，代理人负责家办的经营和管理，自主经营、自负盈亏，保险公司不参与家办的经营。”

## 险企拥抱财富管理

根据《胡润百富2023中国高净值家庭现金流管理报告》，中国高净值家庭规模达200多万户。这是保险公司、信托公司、私人银行等都在奋力争取的高客群体。

对于保险行业来说，站在寿险业转型十字路口，很多保险公司推行挖掘高客和优质增量策略。“家办可以说是增优、高产的超级入口。”保险业内人士介绍，保险公司越来越多地将目光投向这一赛道，对外可以拓展业务，对内也可开展赋能，为保险代理人特别是走向精英化的保险代理人拓宽职业通道。

“保险公司入局家办市场是必然的。当下，保险行业原有的市场环境发生了巨大转变，无论是保险产品利率下行，还是报行合一、保险代理人分级分类等监管政策，都在引导保险公司向财富管理业务转型，传统的卖保险模式已难以为继。”杨祥说，“保险系家办的最大优势是，许多保险公司在保险产品端以及健康、养老社区资源等方面深耕多年，而且锻造了一支保险代理人队伍，通过保险代理人可以有效挖掘高净值人群的财富管理需求，并且高效地交给公司家办部门或整合的外部专业机构团队去执行。”

一位资深业内人士告诉记者，“在诸多家办主体中，除了私人银行系家办，保险系家办目前过得还是比较舒服的，有客户基础，还有承接的保险产品，作为‘打底营收’。”不过，保险公司家办的服务核心依旧围绕保险产品，和银行相比，保险系家办客户基础相对薄弱，而且产品端更加单一，在渠道网络方面比不上银行。

整体来看，目前保险系家办较难形成资产最优、多元化配置，更多的是打着家办旗号，卖公司的大额保单产品和关联公司的金融产品，造成长期主义和短期操作的矛盾。“保险公司在专业咨询方面的能力较弱。

目前保险公司对家办的考核大多停留在对从业人员、队伍、销售大额保单、成交养老社区的贡献度上。”上述资深业内人士说。

## 跳出保单做家办

“市场上的家族办公室可能比需要服务的家族总数还要多。”一位业内人士调侃。“家办这块牌照目前还没有放开。市场上冠以家办之名的机构良莠不齐，各类机构鱼龙混杂。”大浪淘沙之下，保险公司如何突围？

“家办的核心特点是以客户为中心，提供一整套的家庭财富管理综合解决方案，满足客户金融与非金融等各方面需求。”杨祥表示，家办的本质是围绕高端客户提供全生命周期的个性化、定制化服务，需要保险公司整合信托、资管、律师、税务师、会计师、公证机构等各方面资源。

杨祥认为，保险公司成立家族办公室，需要跳出单一的保险销售，自主或整合相关资源方为客户提供保险以外的其他产品和服务，保险公司提供的家族办公室服务包括家族财富管理、信托规划、税务咨询、教育规划、养老服务。这得到多位业内人士的共鸣。跳出保险和行业的传统思维，以更加开放的心态，以买方立场真正帮客户解决问题，这是保险公司做家办的必经之路。

“保险公司需要提升内部团队的专业能力，加强与外部专业机构的合作，特别是要转变立场，不能停留在卖保险产品的维度，而应围绕客户需求提供高质量专业解决方案。”杨祥说。

# “免密支付”散财快人一起底平台诱导消费套路

● 本报记者 张佳琳

“查看消费账单时才发现账目有问题，我都不知道在哪开通的会员，一款不常用的APP会员开到2027年。”27岁的北京居民小谭告诉记者。

如今，免密支付、自动续费等支付手段使得消费者的购物体验更加丝滑，但也成为某些平台、商家“套路”消费者的隐秘手段，让人防不胜防。业内人士表示，针对APP绑定免密支付、强制自动续费等乱象，应依法依规对APP进行治理，把选择权还给消费者。

## 诱导消费套路防不胜防

“家里老人发现支付宝余额少了近千元，查看账单才发现总有凌晨被扣款的情况，共计9笔。给商家打电话，对方支支吾吾说不出所以然。向平台投诉‘交易被骗’，经核实，收款方确实存在欺诈行为，才把钱退了回来。”浙江居民小敏说，老人被诱导开通了商家某些服务和免密支付，并绑定自动续费功能，导致老人账户在不知不觉中被扣款。

未知情被开通免密支付，开通免密支付后误触屏幕导致扣款，与自动续费绑定而被连续扣款……现实生活中，不仅是不熟悉电子操作的老年人群体，年轻消费者也常被相关套路所坑。

5月，中国消费者协会发布了《2024年第一季度全国消协组织受理投诉情况分析》，免密支付、自动扣款成为诱导消费的元凶之一。6月12日，记者在“黑猫投诉”平台以免密支付为关键词搜索发现，有近5万条投诉信息，涉及众多网络平台和APP。

“打开某款APP，频繁弹出VIP付款界面，不小心触碰了屏幕，因为开通了免密支付功能，就被扣款开通了会员。一直给APP客服打电话，要求退款，但没人接。”北京消费者王茹说。免密支付让消费者实现消费“无感”的同时，也因为省去了输入密码这一环节，让消费者常因误触屏幕就被扣款，开通了不需要的服务。

此外，记者调研发现，不少APP以“免费开通会员”“一分钱体验7天会员”“限时尊享会员”等为诱饵，诱导消费者购买或体验相关服务后，强制开通自动续订，与免密支付绑定，限时过后便开始收取高额费用。部分短视频平台推送离奇浮夸的“微短剧”，以极低价格诱导观众观看并默认开通免密支付，自动播放下一集并按集付费。

## “一键开通”但取消不易

与“一键开通”不同，取消免密支付相对复杂，需要消费者逐个端口关闭服务。年过五旬的贾女士告诉记者，“在APP上买个菜，不知道按了哪个键，就开通了免密支付。回过神来，折腾了好久才取消支付。”个别平台或应用程序中，消费者要想取消免密支付，会被以询问关闭理由、承诺持续改进等一再挽留。更有APP即使已经下架，扣费仍不停。

有消费者表示，她曾开通某APP包月会员。在注意到次月会员的较高价格后，便在APP上关闭了自动续费功能。然而，次月仍收到扣费消息，在联系客服后才得知，除了要在APP上取消续费，若是通过苹果订阅渠道开通的，还需要在苹果账号中退订；如果通过支付宝或微信购买，则要通过相关APP进行取消操作。

而在微信和支付宝中，并不能“一键取消”所有的自动续费、免密支付服务。在微信中取消免密支付的步骤为，点击下方最右侧的“我”，接着点击上方的“服务”，点击“钱包”进入钱包页面，点击“支付设置”，紧接着点击“免密支付”，在这里用户再选择要关闭的项目。

在支付宝中取消免密支付的步骤为，点击右上角“我的”，接着点击右上角的“设置”按钮，在设置界面中找到并点击“支付设置”，点击“免密支付自动扣费”，可看到使用该服务的第三方软件，然后用户选择要关闭相关服务的项目。类似的美团、抖音等APP也需要消费者在相应支付功能页面，手动关闭免密支付功能。

## 将选择权还给消费者

针对APP绑定免密支付，强制自动续费等乱象，多位专家建议，应依法依规对APP变相强制自动续费问题进行治理，把选择权还给消费者。贵州雷霆律师事务所高级合伙人屠金伟表示，现在各大平台均推出连续包月享受优惠会员活动，在开通会员的同时会开通自动续费功能，大部分主流APP会在自动续费前发送短信或者微信等进行提醒，但也有些APP没有此功能，大部分消费者因对自动续费功能不知情，从而未能及时关闭扣费通道，产生相关费用。

在屠金伟看来，如果平台或APP无法提供相关证据证明自己以显著方式向用户尽到了提醒义务，那么平台或APP应退还用户在未使用相关服务期间的费用。

谈及消费者该如何躲避相关套路，业内人士表示，消费者在APP或平台开通某些具体服务时，要警惕默认勾选免密支付，以防后续不知不觉被扣款。一些网站或应用在支付页面，常常自动勾选开通免密支付选项，并用“0元下单”“极速付款”等模糊表述诱导用户，而相关免密支付提示字体小、颜色浅，用户稍不留神就会“被同意”。

当心免密支付与自动续费绑定开通，远离“首月低价、次月高价”，不少APP服务在首月会以较低价格吸引客户开通，次月按照高价自动扣费。因此，大家需要留意自动续费细则及扣款方式。在使用免密支付功能时，可以同时启用手机的锁屏密码和支付应用的二次验证功能，以增强安全保护；同时，设定单笔支付限额，以保障资金安全。