

主笔

好答案不再稀缺 好问题有待发掘

□记者 崔烨

在近日开幕的“外滩大会”上，“黑科技”集中亮相：“脑纹”核身、“刷脸识狗”、6G 光子宽带太赫兹通信系统……未来什么样？就是你现在觉得奇特的、珍贵的事情，变得很常见，很平凡。

AI 助力金融科技的探索一直在前行。例如，中信银行“哨兵”智能防欺诈风控系统，将机器学习和大数据技术应用于反欺诈。2022 年全年，“哨兵”主动劝阻被诈骗客户 800 多人，拦截资金超 1 亿元。在保险领域，保险行业理解门槛高、保障条款专业，数字科技的深入应用，正在让保险产品和信息更透明更易懂，带来透明可靠、智能专业的体验。

当然也会带来新问题：“外滩大会”上，首届科技人才招聘会开幕，职位超过 1000 个还有 AI 面试官。于是有网友提问外滩大会专家团：现在养娃那么废妈，好不容易培养出来结果被 AI 替代了，很崩溃咋办？

有许多的抵制，本身就比它们所抵制的那件东西更可笑。罗振宇在“逻辑思维”公众号上说，既然人工智能能像提供一切问题的答案，那么人类的“问答机制”问题就将向提问一侧倾斜。而人和人之间的能力差距，越来越体现为提问能力的差距。

ChatGPT 刚上线的时候，我们编辑部也

爱提问，比如怎样把三个人物采访放在一起过渡更自然？问了好几轮都不满意，发现要和人工智能讲明白自己的诉求并不容易。人工智能技术在更多情况下不仅仅是给答案，而是给予启发。从牛顿被苹果砸，到阿基米德从洗澡获得灵感，作家、音乐人、科学家，需要的不仅是勤勉的工作、严密的推理，也需要看似随机的启发。而人工智能技术，就是把海量的启发资源摆在我们面前。

“人工智能写出一篇文章，回答一个问题，其最大价值不是直接被使用，而是让创作者在这个基础上爆发出更璀璨的灵感。”罗振宇感慨，AI 有无数的好答案，在苦等人类的一个真问题。

当然还有更多人工智能永远回答不了的问题。当然还有更多人工智能永远回答不了的问题。比如我们不能假设人们在生活和平、富足、向上的时候，就没有烦恼、痛苦、悲哀。相反，因为被保护得更好，心灵更敏感，更容易引发烦恼、痛苦、悲哀。如何面对烦恼、痛苦、悲哀，就是我们每一个个人必须回答的问题。答得好，人生就好，与工具无关。

崔烨

eyiluc@163.com

关注老年消费者权益保护
增强金融服务获得感

作为上海最早的养老金代发行之一，上海银行坚持“面向城市居民的养老金融服务专家”战略，在人民银行上海总部的指导下，聚焦老年金融消费者权益保护，致力于“成为领先的老龄友好金融服务机构”。不断审视和提升为老金融服务质量，助力提升老年消费者金融素养和风险防范意识，成为唯一并获“全国敬老模范单位”“全国敬老文明号”两项国家级敬老服务殊荣的银行。

三个“一” 提供有温度的为老服务

上海银行一直以来坚持打造有温度的金融体系服务养老民生，服务好老年群体对新时代美好生活的向往和�需求。主要体现在：一个“服务早市”，养老金发放高峰期，养老大客流网点提前开门营业，网点通过安置爱心椅、发放小扇子、扩容等候区域等方式，主动为老年客户提供相对舒适的服务环境，缓解排队长、在外等候等问题；一支“志愿队伍”，引入老年导银志愿者，帮助老人顺利学会使用自助机具、手机银行等；一项“服务承诺”，网点提供按需个性化服务、远程服务，来帮助老年客户解决急难愁盼问题。

“请进来+走出去” 助力跨越数字鸿沟

为帮助老年人跟上数字时代步伐，上海银行在 2007 年引入老年导银志愿者，充分发挥老年人之间的同理心、沟通优势、思考习惯等，以老人教老人的方式，带着老年人学会使用自助机具、网上银行、手机银行等一步步进阶，至今已惠及百万老年人。除此之外，上海银行积极探索“接地气”的办法帮助老年人跟上时代步伐。

“请进来”，市民课堂助老乐享“美好生活”。线下网点开设“市民课堂”，从老年人金融知识盲点及日常生活需求等切身问题就出发，常态化开班授课，指导操作应用。“走出去”，让“有温度”的金融服务深入人心。网点积极组织员工和党员志愿者深入街道、社区，以老年人喜闻乐见的方式，为有智能技术应用需求的老年人提供咨询讲解、使用指导等服务。

“线上+线下” 持续开展公益助老

持续开展“美好生活在你身边”金融进社区活动。通过开设网点“市民课堂”、创新推出“美好生活”线上云沙龙服务模式等，以通俗易懂、易于理解为目标，设计制作金融知

识宣教视频和图文、代销财富类业务常用金融术语白话版投资教育材料，提升老年客户宣传教育的针对性，推动老年客群风险防范意识提升。线下网点广泛宣传、营造敬老社会氛围，围绕“为老、敬老、爱老”品牌文化，紧密联系政府，结合系列公益、主题节日活动等，持续活跃宣传，扩大为老服务知晓度，向社会营造关注关爱老年群体的形象引领。

“专项”为老 保障老年客户权益

关注老年客户的诉求反馈和解决，明确老年客户投诉针对性处理工作要求。提升及时发现、解决老年客户急难愁盼问题的能力，建立多渠道了解老年客户关切的工作机制，梳理研究成果，形成具体问题清单、推进溯源改进，建立一事一议的协同机制，“专项”为老服务，传递暖心体验，不断增强老年群众的满意度、获得感。

未来，上海银行将继续坚持“合规经营、优质服务”消保本源，持续深化贴心的老年客户服务和权益保护，努力为老年群众美好生活提供更高品质的金融服务。

温馨提示

防范养老诈骗
安享幸福晚年

“王爷爷，买东西喊我帮您提啊”“张奶奶，出门去哪儿我送您”，一次次问候“温暖”了老人的心房，可关心的背后却没那么简单！诈骗分子以业务员的身份，借推广业务为由主动与老人聊天，“不买没关系，咱们结缘，没准我还能帮您干点活儿呢”！从社区广场聊到老人家中，从甜言蜜语到忙前跑后，逐渐获取老人的信任后，开始露出自己的“真面目”。“张奶奶，我家出了大事，可是业绩一直不好，没攒下多少钱……”看着平时对自己关照倍至、嘘寒问暖的年轻人，老人心软了，几千，几万，十几万……一笔笔养老钱打进了诈骗分子的卡中。在将老人的积蓄“榨取”得差不多后，诈骗分子便玩起了“失踪”。

拉近关系获取信任骗得钱财，是养老类诈骗的常见套路；除了“示弱式”，诈骗分子还可能利用人们的投机和获利心理，声称能代为购买高收益股票、低价代买贵重物品等，这些都是套路！

上海三部门联合发文

推动普惠家财险
“沪家保”试点

□记者 崔烨

为提高居民家庭财产综合保障覆盖面、助力上海特大城市治理，近日国家金融监督管理总局上海监管局、上海市住房和城乡建设管理委员会和上海市房屋管理局三部门联合印发《关于 2023 年开展上海城市定制型普惠家庭综合保险试点工作的通知》，推动城市定制型普惠家庭财产综合保险“沪家保”试点工作。

一是明确坚持普惠金融定位，要求“沪家保”按照“高赔付、低费用”的成本结构做好保险产品定价，将“沪家保”分为 89 元、189 元两档，为消费者提供房屋、第三者责任和意外伤害等综合风险保障，最高达到 230 万元，覆盖生活中较为常见的管道破裂、高空坠物、电梯、燃气等事故情形。指导保险公司在运营过程中适时开展费率回溯，进一步完善“沪家保”普惠发展机制。同时，支持相关机构探索将结余利润用于政府公益捐赠活动，进一步提升试点工作公益性。

二是加大运作模式创新，依循平等自愿和协商一致原则，通过“沪家保”保险服务联盟的组织形式，按照产品、理赔、服务、风控、宣传“五统一”要求，打造“投保+索赔+便民服务+灾害预防”一体化家庭综合保

险服务新模式，集中发挥联盟成员公司优势，为全市消费者提供统一的服务体验，进一步推进和提升消费者对保险保障服务的认知度。

三是鼓励拓宽投保路径方式，在做好自费投保的同时，鼓励业主集体参保。经全体业主或相关业主依法共同决定，可以使用全体业主公共收益或门牌楼幢公共收益集体投保“沪家保”，为提升小区自治水平，有效盘活存量资金提供助力。

四是持续加强政企联动力度，积极探索与上海市智慧物业平台互联互通，推动建立基于小区物业安全和自然灾害为基础的保险风险数字化地图，努力为上海 1.3 万个住宅小区居民提供风险预警、防灾减灾等风险减量服务，提升居民社区生活体验。

五是深入推进行业协同合作，支持上海市保险同业公会与物业管理行业协会加强合作，指导保险服务联盟、物业服务企业共同做好“沪家保”的宣传推广、承保理赔、查勘定损等工作，优化提升服务质效，推动“沪家保”能够在第一时间抵达现场、服务消费者，切实保护消费者合法权益。

记者了解到，9 月 1 日首批保单生效后，当日“沪家保”在消费者报案后 1 小时抵达现场查勘，3 小时内完成首单理赔，快速有效保障了消费者权益。

南京银行上海分行
多渠道创新“金融消保宣传月”宣传

“高利高息莫动心，不听不信不转账；合同文本要看清，谨防误导和误听。”9 月 15 日是 2023 年“金融消费者权益保护教育宣传月”启动日，在虹口区嘉兴路街道安丘居委的防骗讲座上，南京银行上海分行的社区金融宣教员以几个生动的案例给居民总结常见的金融“陷阱”，还为社区居民改撰了防骗顺口溜。

为深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想，切实提升社会公众金融素养，有效防范化解金融风险，营造和谐健康金融环境，南京银行上海分行积极响应号召，在国家金融监督管理总局上海监管局指导下，全面启动 2023 年“金融消费者权益保护教育宣传月”活动。

将“为民办实事”落到实处

“快递小哥、保安、保洁阿姨……是社区里最常见的工作人员，但他们常常没有空来听金融防骗讲座。”南京银行上海分行消保工作人员介绍，在整个宣传月期间，如何在常规的防诈骗讲座之余，让宣教能覆盖到更多的“新市民”成了他们思考的重点。

借力近年来深耕上海社区的优势，在整个宣传月期间，南京银行上海分行辖下的网点将携手上海新闻晨报社区传媒，开启多场慰问“老、少、新”等人群及社区工作者暨金融宣传普及活动，通过邀约社区网格化管理的驻点快递小哥、保安、保洁员，在送上实用慰问品的同时，提醒这些“新市民”，注意小区报栏、便民服务点信息板、社区海报……处处都有南京银行上海分行的金融消费者保护提示。

“平日为了接单送单争分夺秒，一个大意却可能赔了自己到上海来的所有积蓄。”在虹口区天虹会客厅，看了一段虽然只有短短 2 分钟，却演练了诈骗全过程的公益视频后，张先生感慨。



创新宣传覆盖多层次人群

同济大学的赵同学喜欢培植绿植，一次在社交平台上意外的搜索，居然看到南京银行邀约打卡领“多肉”的福利，小赵欣然与同学结伴前往银行厅堂打卡，当然同时也收获了满满的金融防骗知识和宣传折页，支行工作人员鼓励他们更多的防诈知识分享给同学。

南京银行上海分行此次创新宣传渠道，试水在社交平台上宣传推广绿色金融及消保宣教，主要是因为这是受年轻人喜欢的生活方式平台，用户相对年轻且活跃度。通过在社交媒体上发布“打卡福利”，能够吸引更多年轻人来关注绿色金融及反诈知识。

据悉，在接下来的一个月里，南京银行上海分行还将集中开展进农村、进社区、进校园、进企业、进商圈的“五进入”教育宣传。在社区，对于有闲暇的老人，南京银行上海分行定期为社区居民带来反诈骗金融知识宣传讲座活动，通过“看视频”、“举实例”，寓教于乐地邀请社区居民一起参与金融防骗的演练，揭穿身边的金融诈骗套路，守护居民的“钱袋子”和“养老钱”；组织社区居民走进电影院，展开反诈专题活动，邀请居民观看电影“孤注一掷”，结合热点，更生动的宣传金融反诈知识；对于讲座较难覆盖到的学生群体，南京银行上海分行则通过街道居委，邀约学生党员，成为社区的金融宣传志愿者，鼓励他们通过线上分享触达更多学生群体。