

主笔记

要练就瞬间收放的本领

□记者 崔烨

近日最让人不敢置信的,就是歌手李玟因抑郁症离世的消息。48岁的年纪,已经给我们留下了《Di Da Di》《想你的365天》《好心情》这样的作品,看到歌名就会情不自禁地唱出声。自称“战士”的Coco在舞台上活力满满,不管是歌声还是舞蹈,都超有感染力。

但人不可能每时每刻都快乐、自信、勇敢。古老的智慧告诉我们,要允许两面性都安然地存在于自己身上。如果你过于正能量,你就允许稍微负能量一点;如果充满负能量,你当然得加点正能量和乐观。不然两者都伤心伤身。

李银河微信公众号里写道:“无论活得多么投入,多么兴致勃勃,多么兴高采烈,我还是会时不时地腾空而起,俯瞰一下宇宙和自己的存在,但是尽量把这次俯瞰控制在10秒钟之内,如果超过一小时,恐怕就要落入‘荣格陷阱’啦。”

“荣格陷阱”是指心理学家荣格曾表达过的一个想法:从心理健康角度,人不能常想万事皆空的道理,想得太多容易出现心理问题。因为如果人能够具体而细致地想一下生命在浩瀚宇宙间存活细节,只要稍微认真地想象一下,立即就会陷入失重状态,一切生存的欲望都会消失,后果的确严重。

满则溢,盈则亏。人的努力是有天花板的,真正的勇者,要不轻易妥协、不断超越,也要接受自己局限。尤其在极易被标签化的网络时代,“这届年轻人”实在是太忙了,前脚刚刚“被精致穷毁掉”,后脚又开始“捡垃圾”;上一秒还在冒着“猝死”的风险熬最晚的夜,下一秒就开始泡枸杞,养最贵的生——真是每天三次、每次七十二变。用“年轻人”作为话题,本意就是吸引年轻人加入讨论,比如“年轻人为什么不爱做家务”“年轻人为什么抵触借钱”……只要年轻人想要冒泡,只要你讨论,只要你争辩,热度有了,黏性也来了。

其实不止年轻人,还有“80后”“90后”“Z世代”都曾经是泛指的、笼统的概念,什么新奇的现象、概念,都可以往“年轻人”这个筐里装,堪称万金油。相类似被贴标签的还有——“熊孩子”“老人变坏”“油腻的中年人”……其实并非所有这个群体的人都在整齐划一地做同一个事情,但人们往往会给这些“标签”更多的关注,包括偏见。

难怪有网友调侃:也许会写鸡汤,鼓励自己的,都大部分有抑郁症;没有抑郁症的人,成天没心没肺,也不需要鸡汤。对于励志还是随缘,其实人生的每一段都各不相同,并且因人而异,能够刻苦奋进固然可敬,品尝痛苦后的“自洽”其实更为珍贵。

一些高校间的口号相传值得品味:复旦大学既有“博学而笃志,切问而近思”的校训,也流传“自由而无用的灵魂”;清华大学曾经的老校长梅贻琦表达过的“真实”是这样的——你看到什么,听到什么,做什么,和谁在一起,有一种从心灵深处满溢出来的不懊悔,也不羞耻的平和与喜悦。

崔烨

eyiuc@163.com

欢迎扫码
“上海金融发布”
订阅权威、实用的理财信息



“7.8 全国保险公众宣传日” 上海保险业在行动



□记者 崔烨 实习生 汤昊骋

7月7日上午,沪上十余家产寿险公司来到虹口区上滨生活广场,近百名志愿者在酷暑下接受居民保险咨询,宣传保险知识。2023年“7.8 全国保险公众宣传日”年度主题为——保险力量,为奋斗的你加把劲。这也是新闻晨报社区传媒连续十一年主办“险企进社区体验日”活动。活动现场除了保险知识公益宣传,平安人寿上海分公司还向现场居民教授了基础急救知识,众安保险为来访居民进行义诊,来自嘉兴路街道的社区居民组成腰鼓快闪队,为活动积聚人气。当天上午的活动,有千余位社区居民来到线下活动现场,为时一小时的直播活动吸引了5.1万线上读者。上海银保监局的代表出席了此次活动。

7月8日,沪上多家险企还在和平公园开展“唱响新征程,绿色环保跑”活动,通过社交媒体分享倡导乐观、积极、健康、绿色的生活方式。《社区晨报》旗下“上海社区发布”视频号对两场大型活动进行现场直播。

▶ 平安人寿上海分公司

搭建金融保险知识教育宣传专区,以LED屏、海报、折页、展架等载体,宣传活动主旨,强化公众对保险意义功用的正确认知。营销服务部柜面、客服门店也在持续落实适老化服务,针对老龄客户群体的特点,以案例讲解、重点提示等形式引导老年客户进一步提升金融防范意识,得到市民的广泛好评。

▶ 友邦上海

上海地区的友邦友享用户登录“友邦友享”APP可领取7.8保险日特别任务,通过跑步强身健体,共同传递健康生活理念。依托中国保险行业协会推出的“78 随心所欲”微信小程序,呼吁内部员工、营销员及社会公众进行健康监测活动,每天监测心率、呼吸、血氧等指标,做好自己健康的第一责任人,参与者健康监测成功后可在该平台捐赠爱心值,参与答题、学习保险知识。

▶ 国寿财险上海市分公司

充分发挥金融保险的民生保障“安全网”、经济发展“减震器”和社会运行“稳定器”功能,聚焦建筑工人等职业风险较为突出的新市民群体,扩大保险保障覆盖面,保障农民工合法权益,牢记“以人民为中心”的发展思想,积极响应“保险力量,为奋斗

的你加把劲”主题,践行有温度的保险服务。

▶ 众安保险

以“保险+科技”双引擎驱动,赋能保险价值链各环节,推出众多普惠型的健康保险产品,覆盖慢病群体、老年人,新市民等过往保险服务覆盖率不足的普惠人群。众安以消费者的全生命周期为出发点,践行普惠、创新、高质量的互联网保险服务,让保险逐渐被消费者所接受、喜爱,成为消费者美好生活的“温暖守护者”。

▶ 泰康人寿上海分公司

坚定推进“长寿时代、泰康方案”,持续建设“长寿、健康、财富”三大客户解决方案和健康财富规划师(HWP)职业解决方案。具体包括:长寿解决方案——“年金险+养老服务”进一步完善;健康解决方案——“健康险+健康服务+大健康生态”进一步丰富;财富解决方案——“保险金+资管服务”稳健发展;职业解决方案——健康财富规划师(HWP)。

▶ 富德生命人寿

坚守保险保障初心,推崇客户利益至上,坚持开发“精算人员也会买”、具有鲜明富德特色的保险产品。目前,公司在售产品种类丰富,通过个人营销、银邮代理、公司直销、多元行销等多个渠道进行销售,可为社会不同人群提供包括人寿保险、年金保险、意外保险和健康保险在内的全方位风险保障解决方案。

▶ 长生人寿

坚持党建引领,积极组织开展“绿色环保跑 长生公益行”主题活动;聚焦目标人群,升级便民服务,前往社区开展“保险五进入”活动,持续强化反诈宣传;调动媒体矩阵,创新宣教平台,围绕防范代理退保、消费者八大权益等消保主题,开展一系列精彩丰富多彩的直播活动。

▶ 国华人寿

通过智能化服务与管理对老年人提供精准服务。为老年客户开通95549专属服务通道,帮助老年客户及时解决问题;建立国华快捷缴纳保费通道,通过页面提示方便快捷缴纳续期保费,确保保障持续有效;e动柜面“一点通”助老服务,解决了老年

客户信息录入的困难,同时其“关怀模式”,解决了老年人文字查阅不清、操作浏览不便的困难。

▶ 华泰人寿

“有温度的服务”体现在理赔快速响应机制上:率先推出的对个人理赔非复杂案例2日核定的高标准理赔服务承诺,并将该承诺写进保险合同,开业内先河。随着数字技术的不断应用,华泰人寿扩大大数据、人工智能等技术在理赔方面的应用范围,持续提升理赔的标准化和自动化,全面重塑高效的理赔系统。

▶ 复星保德信人寿

围绕保险基础知识、“沪惠保”特点、清廉金融文化等主题,线上开展了一系列的专题化宣传,面向客户普及保险知识,宣传保险作用,传递保险价值,展现出保险业服务经济社会发展的优秀生态。依托“78 随心所欲”微信小程序,积极组织员工、客户参与健康体检活动、保险知识闯关活动,获取爱心值。通过爱心值捐赠的形式,为有需要的人群和地区提供保险保障与公益服务。

▶ 建信人寿上海分公司

以服务客户为核心,以支持渠道为基础,全面提升服务质效。为了提高理赔服务时效,启用“建信E赔”“小额秒赔”“重疾先赔”等服务。持续提供绿色通道服务,优化服务体验,简化操作流程。遇到客户无法至公司柜面,进一步简化柜面延伸上门服务流程,充分体现想客户所想,急客户所急,服务不间断的理念。坚持特事特办急事急办,能减则减的原则,应急通融处理。让保险服务更快捷,有效提升服务时效。

▶ 安联人寿

联合安联集团全球经验及本土优质资源而创建的全链式健康管理服务生态系统——“享·健康”,秉承“呵护您的健康”、“管理您的疾病”和“助力您的康复”的宗旨,为客户打造从“疾病预防”、“早期诊断”、“就医协助”到“病后康复”的健康管理全链条,守护客户的幸福生活。精准定位不同客群在人生不同阶段的差异需求,推出“未来星”、“追光者”和“私享家”三大增值服务体系,围绕产品、服务、渠道、活动、商户等有机联动机制,完成多元化服务生态的升级。