

与《第一金融街》判断得一样,“理财质量服务月”活动启动以来征集到的案例及读者观点,处处验证了当前理财市场投资冒进、产品畸形、服务缺失的事实。

根据权威机构今年3·15期间的调查,金融投诉案件数量呈增长趋势,夸大产品收益、风险提示不足、对产品解释不清等因素让70%以上的客户对于理财经理提供的服务不满意,或者是根本不予参考。人们急切需要一个透明参与和贴心服务的理财环境。

告别“被理财”系列报道之三

我们缘何不满意的

金融服务类投诉有增无减

今年3·15期间,快报《第一金融街》启动“理财质量服务月”后,接到了众多读者的投诉,关于“被理财”的话题讨论也在持续升级。从投诉行业看,保险和银行投诉高居不下;从投诉主题看,信用卡投诉和理财产品投诉高居前两位。

这也是全国金融投诉的趋势。根据相关部门的统计,2009年金融投诉同比上升了20%以上,已经从2008年的1200余件增加到近2000件,金融纠纷呈增长趋势。根据中国消费者协会的数据,金融投诉的主要方向依然是老生常谈的“三大三小”:银行部分的网点服务、信用卡和理财产品;保险部分的代理人服务、理赔和退保;基金部分的不分红、高费率以及夸大收益。

读者李女士向《第一金融街》反映,去年下半年她在南京某银行信用卡销售人员的上门推销下办理了该银行的一张信用卡,当时对方声称开户后即可获赠户外背包一个。然而,当她开通信用卡想去兑换礼品时,却被告知开卡当月单笔消费300元以上方可兑换礼品,和销售员当场说的完全是两个概念。

无独有偶,另一家商业银行的信用卡用户赵先生也向本报反映,自己在办理该银行的信用卡时,工作人员曾告知三个月内刷卡消费可以3倍积分,结果拿到对账单后才发现并非如此,原来工作人员说的3倍积分单指“限期内在指定商家消费”方可享受。

两位读者的遭遇都揭示了当前银行信用卡销售中存在信息不透明,或者说是消费误导。

据记者了解,上述现象同样存在于银行一些理财产品的销售中。一些客户办理银行储蓄业务时,不是被放置或张贴在窗口的高收益却无风险提示的保险广告所误导,就是受储蓄员或保险业务员的不实宣传所诱导,错把保险当储蓄,在“稳赚不赔”的意识下购买了一些风险系数较大的理财产品。

理财经理满意度评价偏低

本次活动中,“被理财”案例成为南京市民的关注热点。在读者讲述“被理财”遭遇的同时,也揭示了当前理财市场的一个现象:客户对于理财经理的满意度评价普遍不高。这与“和讯网——南方都市报”今年3·15期间展开的金融投诉调查结果基本一致,该调查显示,只有23.7%的被调查者对于银行客户经理提供的咨询和建议表示满意或者基本满意,45.8%的客户表示不满意,另有30.5%的被调查者完全忽略其理财建议。

究其原因,夸大产品收益、风险提示不足、对产品解释不清分列客户对于理财经理服务评价较低的三大原因。一位金融从业人员也向记者抱怨,由于银行工作人员经常向她推荐不适合她的理财产品,因此她从来都不理会银行客户经理的建议。有些刚入职的理财经理面对客户时急功近利,过分强调收益但不谈风险,甚至经常指鹿为马把保险产品说成是定期存款。“这样的

做法不杜绝,银行的理财经理们很难树立行业的威信。”

该问题同样存在于客户对保险从业人员的评价中。在上述调查中,仅3.8%的受访者对保险服务比较满意,而代理人服务、告知义务以及理赔的投诉比例则不相上下。这种低评价主要表现在保险产品销售中的信息不透明,及后期理赔无法兑现或是理赔手续烦琐,这些都是消费者投诉的重点。对于基金而言,夸大收益也是基民们怨声最大的一环。“基民投资亏钱了,而基金公司的管理费用却分毫不差,这种机制让工作人员往往不承担夸大收益后的风险。”一位读者愤愤地说。

理财产品需要“通俗化”

金融市场的投诉焦点恰恰反映出当前投资理财市场存在的一些问题。一位业内人士形象地分析:“买银行理财产品、投连险、基金这类高风险产品,赔了大多只能自认倒霉。你投诉到消协,由于购买理财产品属于个人投资行为,消协一般不会受理;投诉到银监会、保监会,这些金融机构的监管部门通常都会责令银行、保险公司自查,而投资者的损失是无法追回的。”

就上述的案例,南京圣典律师事务所律师朱鑫认为,金融理财投诉难,归根结底是由于相对普通投资者来说,银行、保险、基金这些机构处于绝对强势地位,对于其服务投资者的属性认识不清。同时,大多数投资者对金融理财认识不全面,也造成了其

在没有清楚认知风险的情况下,就开始进行投资。即使告上法院,投资者当初购买理财产品时都会签订合同,很难证明自己在签订合同时被蒙蔽的。

一家商业银行的零售部经理表示,国内理财市场刚刚起步,一些银行设计的理财产品过于复杂,加上理财经理队伍参差不齐,有些人自身对于理财产品并不完全理解,产品推广中的夸大收益、隐瞒风险、产品描述不清的情况并不少见。加上国内还没有形成成熟的监管机制,银监会、保监会等政府部门虽然负责监管金融机构的行为,但并不对投资者直接负责。因此,投资者必须提高自身对于理财知识的了解,时刻记着“高回报伴随高风险”,这样才能与理财经理对等对话,避免被“忽悠”。

快报记者 刘果

互动贴士

投诉平台:现代快报《第一金融街》继续开通“天天3·15直呼台”,如果你的理财生活中遇到过被误导、欺诈,或者遭遇金融机构工作人员很差的服务,都可以拨打96060、84783545、84783615、84783629向我们反映,也可以发电子邮件至money-week@126.com。

讨论平台:关于“被理财”这个话题,您有何经历、看法、想法、建议,都可以拨打84783545、84783615、84783629参与讨论,或者将您想要说的话发邮件到money-week@126.com。



制图 李荣荣

预告片

3月31日,有个期待

快乐理财?仅仅是美好的幻想吗?

南洋商业银行(中国)副行政总裁赵文铭说:“理财的概念远远大于投资。”你可以不会投资,但不能不会理财。

平安人寿北京分公司总经理廖刚说:“理财不仅是关于赚钱、花钱和省钱的学问,更关乎人生规划。”你甚至可以和金钱划清界限,但不能和人生划清界限。

但在过去的三年中,盲目的“全民理财”同时收获到丰硕的果实与惨痛的教训。

当你的理财产品狂跌40%的时候,你还认为,理财是快乐的吗?

“快乐?我不信!”招商银行南京分行一位资深人士直截了当地反驳记者:“我告诉你吧,今年,我行的理财产品已经全面收缩。为什么?2010年不再是2007年!”

“那今年怎么办?”

“最大限度运用你的信用,以不动产抵押生钱,然后,尽情享受你的生活!”

也许她的观点有些极端,同时,也不是每家银行都在收缩自己的理财产品线,相反,开发和推广更多的理财产品正是光大等银行在2010年的战略重点。

但她的观点告诉我们,理财必须活学活用——追随过去的热点,一定是一种错误。

兴业银行的一位个人理财专家则建议那些仍然孜孜不倦地寻找“最赚钱”的理财产品的普通投资者们:“多跟银行大堂经理们聊天。没事就聊聊。想理财,你就要像块海绵,主动去吸收金融知识。大堂经理们的经验和知识,都很鲜活。”

“特别是年纪大些的投资者,切记平时多做知识储备。”他说,“我还真遇见一位老同志。他说起理财知识来,头头是道,比我们的大堂经理还懂行呢!我甚至想劝说他兼职我们的经理。”

无论如何,专业人士都赞成这样的说法,“咱不能眼看着老百姓的钱贬值。”

培养个人专业心态,聆听更多专业建议,请期待3月31日《第一金融街》特刊《快乐理财》。

快报记者 刘欣

3月31日《快乐理财》特刊温馨登场

享受晴朗的理财天空

不专业竟充不亦乐乎,你可以选择更专业的职务,更专业的平台!