



# 理财“饭圈化”? 投资要过专业门槛

95后“老基民”，这是陈明(化名)最为人所知的标签。因为在大学时就炒股、买基金，还挣了不少钱，朋友们都称他为“股神”，也有不少人跟着他买。今年以来，国内资本市场大起大落，但主动炒股、买基金的年轻人更多了，甚至还有人开始钻研期货和虚拟货币投资。

主动理财已逐渐成为一些年轻人特别是95后、00后的习惯之一。余额宝发布的数据显示，截至6月30日，今年95后通过余额宝货币基金攒钱的金额比去年同期增长38%，而其他群体该数值为4.6%。

融360发布的投资者行为调研报告显示，一线城市年轻人中超过50%的人在18-20岁进入资本市场接触理财，其中，超20%的受访者愿意拿出收入的50%用于理财投资，还有超6%的受访者表示愿意拿出收入的70%投资股票和基金等品种；超80%的受访者购买过基金，超30%的受访者炒过股票，超20%的受访群体购买保险、买黄金、债券等品种的群体比例均超过20%。

但与此同时，理财“饭圈化”的现象也引人关注。

一些95后“新基民”开始追捧一些基金经理。年初，易方达张坤、中欧葛兰等基金经理出圈后，许多年轻人用追星的方式追捧这些基金

经理，粉丝们甚至建立了后援团。

白柏长期跟踪研究Z世代的投资理财观念。他发现，95后年轻一代更愿意相信专家和KOL(关键意见领袖)的说法，甚至产生理财“饭圈化”现象。“这一代人比较喜欢跟风和听从所谓专业人士的意见来进行决策，感性投资，比较缺乏专业化、体系化的思维方式。”

“他们‘上场’的时间更早了，但其实并没有作好足够的准备。”白柏建议，95后散户要有足够的风险意识，做好收益预期管理，用长远眼光理性看待投资理财。简而言之，需要提升自己的财商素养。

国家金融与发展实验室发布的《国民财商教育白皮书2021》指出，我国大多数普通投资者缺乏长期接受金融教育的意识，面对层出不穷的理财产品与互联网投资渠道，投资者的投资意愿与投资技能存在严重“错位”，投资者财商教育的有效供给不足，供给匹配性没有得到明显改善。

西南财经大学在2019年开展过一项调研，发现投资者更偏好的是“宏观经济运行情况及发展走势”“知晓各种类型投资风险”“学习个人财富管理规划知识”等投资者教育内容，而金融机构在投资者教育中提供最多的内容分别是“证

券、期货基础知识的普及”“介绍新产品和新政策”“非法证券活动的识别与防范”。

冯蕊认为，许多刚进入理财市场的95后投资者“追涨杀跌”，其本质源于对投资的标的缺乏了解，同时又严重缺乏耐心，总是想着短期致富，禁不住市场诱惑，采用了一种“赌博”心理。其实，投资有一定的专业门槛，当代年轻人要想成为合格的投资者，需要正视并接受投资者教育。

西南财经大学教授甘犁撰文表示，中国家庭资产配置的重心应从房产向金融资产转移。他建议，通过资产经理人、咨询顾问、评级机构和金融中介等机构获取专业的知识和建议，降低金融市场上的信息不对称程度，更有效地配置资产，从而获得长期持续的收益；国内金融机构可以开发和通货膨胀挂钩的金融产品，适当增加些抗通胀资产，就可以让有能力进行投资的投资者有更多的选择。

陈明也看到了网上有不少针对95后买基金、炒股“追涨杀跌”的调侃，甚至将他们称为“韭菜”，但他对此不以为然：“谁不是从没经验开始学的？”在他看来，许多建议都需要自己亲历才能体会。

(据《中国青年报》)

## 九江大气环境质量创最好水平

近日，九江市委宣传部在浔召开新闻发布会，由九江市委生态环境局副局长、副局长刘奇通报2021年1至6月九江市生态环境质量状况：

**大气环境质量：**2021年上半年，九江市空气质量持续改善，PM2.5浓度为35微克/立方米，同比改善7.9%；优良天数比例为92.3%，同比改善2.7个百分点，两项指标均实现进位突破，改善率均排名全省第2。空气质量达到《环境空气质量标准》二级标准，创九江市有监测以来最好水平。

**水环境质量：**全市国考断面水质优良比例为88.24%、省

考断面水质优良率为85.71%；长江干流、修河、柘林湖水质总体良好，达到Ⅱ类及以上水质；鄱阳湖九江湖区水质均值为Ⅳ类，总磷平均浓度为0.053mg/L，同比改善1.85个百分点；点位水质优良比例为50%，同比改善12.5个百分点；全市地表水责任断面无Ⅴ类或劣Ⅴ类水质；全市县级以上集中式饮用水源地水质达标率100%。

**土壤环境质量：**农用地安全利用与管控任务完成率100%，污染地块安全利用率100%，未发生突发土壤污染环境事故。

(王新贵 王宏辉)

## 九江为建设美丽幸福河湖 设定“三条红线”

近日，九江市委宣传部在浔召开新闻发布会，由九江市委水利局副局长叶凌志发布“强化水利行业监管 建设美丽幸福河湖”情况新闻。在2020年全省水利改革发展考评中九江市再夺桂冠，11个县(市、区)进入优秀行列。为强化水利行业监管 建设美丽幸福河湖，特设定“三条红线”，以最严格的水资源管理确保有效落实，其主要做法和体会是：

**有效建立“三条红线”控制指标。**明确年度单项控制指标，运用责任考核机制，促进市、县两级联动抓落实，政府、企业、公众三方合力促实效。

**规范开展取水许可审批。**按照用水总量控制要求，严格取水许可审批、发证，科学审查企业取水合理性，指导县(市、区)做好延续发证取水评估。

**严格落实日常监督管理。**深入推进“四不两直”水

利综合督查和“双随机一公开”行政检查，全市共完成2001个取水工程(设施)核查登记和61个水资源管理和节约用水监督检查发现问题整改并销号。

**及时编报水资源管理统计信息。**编制水资源公报、按月发布水资源质量月报、及时填报水资源管理年报、节约用水年报和用水总量数据信息。全市共组织206家用水户注册及用水量填报，完成名录库录入244家，其中灌区用水户59家、公共供水户109家、自备水源工业取水用水户69家、自备水源服务业取水用水户7家。据九江市水资源公报显示，2020年万元国内生产总值用水量较2015年降低35.5%、万元工业增加值用水量较2015年降低48.1%，农田灌溉水有效利用系数为0.531，全市用水总量为22.12亿立方米。

(王新贵 王宏辉)

## 九江市税务局创新为纳税人服务受欢迎

九江市税务局以“优化执法服务 办好惠民实事”为主题，开展“我为纳税人缴费人办实事暨便民办税春风行动”，先后共推出了33项148条便民措施，主要做法和体会是：

**便民利民惠民措施“出硬招”**

今年税务系统为解决纳税人缴费人难题而推出的硬措施，主要是以下十个方面：群众诉求快响应。优惠政策直达享。便捷办理优体验。分类服务解难题。执法维权显温度。规范执法提质效。信息互通减资料。部门协作促联办。国际合作求共赢。诚信纳税予激励。

**减税降费优惠政策“送红利”**

今年春风行动是助力企业得到更多红利，获得更好发展：优化减税降费工作机制。市税务局通过微信公众号等平台发布各类税法宣传信息130多条，回复纳税人缴费人在线咨询4300多次。提升优惠政策享受精准度。建立税费优惠政策标签体系，目前覆盖纳税人达67239户。

**“非接触式”办税缴费“智能办”**

去年疫情以来，税务部门积极推行185项“非接触式”办

税缴费服务。优化办税缴费智能服务平台。持续推进“5G+智能税务”二期项目建设，推行“非接触式”网上办理业务笔数426.61万笔，占总办理笔数百分比46.98%。整合纳税服务热线。将12366纳税服务热线归并到所在地12345热线，提供便利热线服务。拓展网上办税事项和渠道。计划在今年年底前基本实现企业税费事项全部能网上、掌上办理。

**纳税人缴费人体验“便利办”**

今年税务局精准聚焦纳税人缴费人需求，进一步优化流程、精简资料。精简办税缴费流程。聚焦纳税人办税难点、堵点问题，如在湖口县试点创新“无纸化分类退税”，税款信息实时共享，资金占用成本双下降。优化“通办同办”服务。制定了税费改革、规范方案，优化规范100项同城通办同办事项，落实优化营商环境减时间、减次数、减跑动要求。加强部门协作共享。积极推进城区“不动产登记就近办”，为纳税人缴费人提供企业开办、等套餐式、主题式集成服务。

(王新贵 王宏辉)

# 快递包裹被当作盲盒出售 上面的个人信息谁来保护?

近来，在一些电商平台，由多个未拆封快递件组成的快递盲盒受到一些消费者追捧。本该由买家签收的快递件为何会成为盲盒被上架?销售所谓的快递盲盒是否合法?记者对此进行了调查。

## 满足年轻消费者的猎奇心理

记者调查发现，电商平台和二手交易平台是这些快递盲盒销售的主要渠道。商家“按个卖”或者“按斤卖”。“按个卖”有19.88元30个、23.88元40个、59.88元60个等价格；“按斤卖”有35元2斤、60元4斤、112元8斤等不同价格。有的快递盲盒卖家月销量超过3000件。

一些买家向记者表示，快递盲盒普遍售价不高，在商家“商品物超所值”的宣传刺激下，才选择了尝试。除此之外，一些短视频平台自媒体博主的热门开箱视频也为快递盲盒吸引了流量。

北京工商大学经济学院教授周清杰认为：“商家将未知商品包装后售卖给消费者，是有意制造信息不对称。这种信息不对称带来了实际购买物与臆想商品之间的不确定性，进而满足某些年轻消费者的猎奇心理。”不过，一些不良商家利用“不确定性”销售不合格产品、过度营销侵犯了消费者的权益。

## 快递件变成盲盒

一些买家向记者表示，盲盒里的每个包裹都带有快递原件的包装，来自不同的快递公司，且每个包裹上都印有原收件人的完整信息。那么，这些本来该被签收或者退回商家的快递件是怎么摇身一变成了“快递盲盒”被再次上架销售的呢?

通过北京快递盲盒买家提供的快递包装袋，记者联系到了一份快递原件的收货方——上海宝山的褚女士。

褚女士表示，这个快递件确实是自己曾经购买的商品，因为收货



地址问题，她并没有签收，而是中途退回，卖家的退款也已经收到。但记者查询快递包装上的物流信息发现，褚女士的快递并未被退回到广东的商品卖家，而是在上海宝山的一个网点被签收，后又作为快递盲盒从上海发出。

记者打通了该快递公司的客服电话，客服人员表示对快递盲盒的现象并不了解。“如果是写明地址的快递是不应该被再次售卖的。”该客服人员还向记者表示，快递员丢失快件，一旦被投诉后，会面临商品价格数倍的处罚。

记者在电商平台搜索“快递盲盒”发现，一些店铺在首页声明了自己的货源方向，例如主要来自直播下架的商品尾货、仓库商品以及积压的无主快递。

“它们就是买家退货、卖家也没有收回的快递积压件。”淘宝上一位卖家这样告诉记者。

有物流行业从业者向记者表示，有些快递盲盒是一种商业噱头，快递上的收件人信息、电话都是假的，销售者只是借用盲盒概念，把一些本身并不值钱的小东西卖掉。

## 卖盲盒不能是“法盲”

“因为各种复杂原因，有些快递真成了无主件，长期无人领取，但并不表示这些无主件可以被随意处置。”陕西西高律师事务所律师刘晶表示，《快递暂行条例》第四条明确规定，任何单位或者个人不得私自开拆、隐匿、毁弃、倒卖他人快件。此外，对于无主快递件，《无法投递又无法退回快件管理规定》也有相关规定。“快递企业应当安排专门场地对无法投递又无法退回快件进行保管，保管期限自无法投递又无法退回快件登记之日起不少于1年。”

“出售的快递盲盒若连收件人个人信息一块出售，就泄露了消费者个人隐私，也给其他一些不法分子提供了可乘之机。”刘晶表示，根据《快递暂行条例》第三十四条的规定，经营快递业务的企业及其从业人员不得出售、泄露或者非法提供快递服务过程中知悉的用户信息。

而在电商平台上，把无主快递当成盲盒卖的现象依然存在。快递行业专家赵小敏认为，目前对于贩卖快递盲盒的行为在监管层面还有些滞后。

(据《工人日报》)