

显卡涨完硬盘涨 矿圈盛宴噱头多

“近期想要自行组装一台电脑，却发现显卡的价格飙涨，一问才知道是受到了加密货币挖矿的影响。”4月22日，币圈圈外用户李可（化名）无奈地告诉北京商报记者。

币圈持续升温，已传导到了矿圈“原材料”显卡市场。4月22日，北京商报记者了解到，除了用来产出加密货币的矿机供不应求外，被称为“矿工铁锹”的显卡售价也在不断上涨，且长期处于无货状态，更有部分商家做出了限购要求。不止显卡，硬盘也迎来了大幅涨价。



显卡价格上涨要点

- 币圈狂热，显卡被用于“挖矿”，价格持续上涨
- 难以匹配比特币挖矿需求，仅能聚焦小众币
- 衍生硬盘挖矿等投机行为，极具风险

价格仍在上行

“因想组装一台电脑，却发现显卡的价格特别贵，比如原先3000元的显卡，现在价格至少在7500元。”李可向北京商报记者说道：“过去购买显卡的用户主要用于装配电脑主机，现在就不一定了。装机市场现在属于至暗时刻，突然有很多电脑发烧友开始关注起了比特币。”

而币圈人士张阳（化名）则向北京商报记者透露，显卡价格的上涨在2020年底已有端倪，近期更是愈演愈烈。全新显卡不仅官方售价上涨，由于购买难度变大，在二手交易市场，显卡往往还要经历二次溢价。

张阳表示，基于挖矿对于显卡的高负荷要求，英伟达RTX30系列中高端显卡更受用户欢迎。根据腾讯科技4月16日报道披露，英伟达RTX3060Ti显卡从发售价2499元上涨至10099元，RTX3080显卡从发售价5499元上涨到16499元，涨幅分别为304%和200%。

4月22日，北京商报记者在京东和淘宝等电商平台进一步搜索发现，过去一周内，显卡价格仍在持续上涨。同样以英伟达RTX30系列显卡为例，京东商城内，RTX3060Ti显卡售价在11000元左右，RTX3080系列显卡价格则多集中在17000-19000元间。

不少店铺销售页面显示，除了不少显卡销售页面提示无货，还有部分商家提出了限购1件、不支持退货等要求。RTX30系列中最为高级、发售价11999元的RTX3090显卡，当前在京东商城一自营店铺内的售价为22999元，且仍处于无货状态，需要预约购买，目前已有2.1万人次进行了预约。

在该款产品的问答区，有不少用户吐槽“一补货就被抢光了”，也有用户提到了涨价后无法退货。店铺客服向北京商报记者证实，当前尚未接到该产品到货的通知，且这一产品的确不支持7天无理由退货，而店内另一款RTX2060显卡产品，则可在未拆封前予以退换。但并未告知这一操作的具体原因。

在上海对外经贸大学人工智能与变革管

理研究院区块链技术与应用研究中心主任刘峰看来，整个加密货币市场的交易价格居高不下，吸引更多用户参与挖矿。而挖矿需要海量的显卡算力进行支撑，一些商家抢购、囤货导致整个市场供需关系进一步失衡，显卡的价格也因此上涨。

苏宁金融研究院金融科技研究中心主任孙扬则补充道，显卡价格上涨，还在于受到芯片短缺的影响，显卡芯片供应商芯片供货减少，一些显卡厂家出货量下滑，市场处于供不应求的状态。

意在小众币

挖矿云服务平台比特小鹿方面向北京商报记者展示的数据显示，2011年以来，挖矿年产值整体呈现大幅增长态势，2020年全年，比特币产值为324.67亿元，以太坊产值为133.37亿元。而目前比特币产值已经达到了864.43亿元，以太坊产值为766.29亿元。

增长的数据背后，是无数矿工狂欢入场。

矿机供不应求成常态，显卡也由此大量流入挖矿市场，并在供需不平衡的情况下进一步促成了价格上涨。值得一提的是，在挖矿这一加密货币产出过程中，显卡是必不可少的一环。

张阳指出，在其过往关注到的部分报道中，显卡的作用被单一解读成矿机的零件，但实际上显卡本身便可用来挖矿，挖矿的对象也并非比特币。最早的比特币挖矿活动，就是用家用电脑显卡直接进行的。后来研发推出的加密货币矿机，一定程度上就相当于更大、更智能的显卡。

据张阳介绍，当前，比特币历经三次减半、参与挖矿不断增多，比特币的挖矿难度也不断增加。同时，综合挖矿用电耗、算力等方面因素考虑，普通用户自行进行比特币挖矿操作很难实现盈利，专业矿机成为挖掘比特币的最主要途径。

近年来，围绕比特币等加密货币形成的数字交易平台、矿机厂商、矿场运营商等多个产业自成一脉。在矿机生产方面，比特大陆、嘉楠耘智、亿邦国际等机构在矿机的显卡研发等方面也有发力。同时，比特币等交易价格迅速攀升以来，矿机的价格也水涨船高。

“现在有矿机厂商都不面向零售客户营业了，矿场订购矿机都是以‘万’为单位，矿机厂商的订单根本接不过来。”张阳称，显卡价格的走高与矿机厂商等机构并无直接关联，矿机厂商均与固定的芯片厂商有合作，尽管显卡损耗极快，但市场上其他电子产品的显卡很难满足比特币的挖矿需求。

“这种情况下，普通用户想参与挖矿，只能通过一些非官方渠道购买二手矿机，或者购买显卡等配件自行组装”，张阳提到，除了比特币外，还有百余种小众币可通过挖掘的方式获得。以太坊当前还能通过英伟达RTX30系列显卡进行挖掘，其他币种对于显卡要求更低，这也是影响显卡价格的一个原因。”

孙扬分析认为，当前比特币挖矿所需投入的成本更高，很多矿工大量收购显卡新建大量的矿场去挖其他币种。但小众币发行方、币价

稳定性等更受考验，风险较比特币等更甚，大量溢价购买设备入场，用户要更为谨慎。

硬盘挖矿被指噱头

加密货币的狂热催生了挖矿产业的繁荣，并进一步延伸至其他领域。继显卡价格大幅上涨后，硬盘的价格近期也受到了波及。

北京商报记者了解到，4月以来，一款名为Chia的挖矿项目走红，并宣称将开放挖矿，但其并非显卡算力挖矿，而是利用闲置的硬盘存储空间来进行挖矿，涉及大容量的读写。用户用于挖矿的存储空间越大，获得原生代币XCH奖励的概率越大，但XCH如今尚未上线交易。

消息一出，便带动了硬盘价格的暴涨。多家媒体报道称，随着硬盘挖矿的升温，8T以上的机械硬盘在京东等电商渠道一度大量断货，交易价格也在迅猛上涨后急速回落，还有大额囤货的中间商被套入其中。

对于这一全新的挖矿形式，张阳直言，硬盘挖矿更像一个传播噱头，并不具备实质意义。此前也有部分币种宣称硬盘挖矿，最后没有掀起任何水花，这一模式能否得到市场的认可、持续进行仍然需要经历时间的考验。

另一业内分析人士认为，硬盘挖矿更像是矿圈市场狂热后的产物，与当前显卡价格疯涨类似，在加密货币整体降温后，狂泡沫将被戳破，这类现象也将消失。普通用户不应该参与这类投机活动，热潮下溢价购买矿机、显卡、硬盘的行为，很容易血本无归。”

孙扬则进一步强调，在硬盘挖矿未来价值还不明朗的情况下，便有用用户盲目入场，大量囤积硬盘等，这类衍生出的投机行为隐患重重。而挖矿是一种不服务实体经济的行为，且对能源消耗较大，不论是哪一类产品主导的挖矿活动，其本身都存在政策与币价波动的双重风险。通过消耗计算和存储资源来获得所谓的虚拟财富，普通用户还是要谨慎对待，更要避免在一些不明的渠道交易，以防被骗。北京商报记者 岳品瑜 廖蒙

定制化保险走红 人身险竞逐个性新赛道

同质化竞争激烈的保险业“红海”之下，越来越多的保险机构试图通过为消费者量身打造保险产品实现差异化。4月22日，北京商报记者梳理发现，定制化保险在业内悄然走红，近期友邦保险、爱心人寿、慧择等保险机构均有相关动作。

扎堆上线

产品定制是各大险企实现产品创新的重要路径之一。除了互联网保险机构之外，不少传统保险公司也参与其中。比如友邦保险推出的全新一代重疾险产品“友如意”，首批产品包含1924种组合模式。

互联网保险机构中，慧择日前举办首场春季产品线上发布会，全新迭代的网红保险产品如“达尔文5号”“铁甲小宝”“金满意足”“百易保”等悉数亮相。

爱心人寿亦向北京商报记者独家透露称，5月20日“爱心节”上，公司将会发布新产品计划，亦与定制化保险产品联系紧密。

何谓定制化保险？据慧择相关负责人介绍，在目前的产品定制模式下，真正的用户参与还未能完全实现。大多数情况下，保险公司或者中介公司是通过与消费者的高频互动以及“大数据分析”，从而更加精确地洞察到市场需求，为产品定制提供方向，在一定意义上实现将设计权交到消费者手里。

与此同时，相关负责人介绍称，定制让消费者拥有产品设计权的一体现，表现在产品的可选项及模块化上，互联网定制产品将产品打碎，由消费者根据需求自由选择。

爱心人寿相关负责人亦认为，产品的定制化除了体现在特定人群的专属产品中，还可以体现在产品中增加了对于专属人群的特定责任，例如：在普通终身重疾险中增加少儿特定疾病，针对特定阶段特定人群的特殊需求予以强化。此外，定制化亦可体现在同一款产品中增加多项可选责任，实现客户对于自己保障需求的个性化定制。

降门槛、补短板

其实，定制化保险并非新鲜事物，其概念早在20年前就已经在国内出现，直到现在才走红。

首都经贸大学保险系副主任李文中表示，一直以来，消费者都希望能够买到最符合自己风险保障需要的保险产品，但是受到技术条件的限制，早期的所谓定制化保险方案比较粗糙，主要是根据客户的需求对已有的保险条款（产品）进行组合，但是一般难以做到精准匹配需求，而且受制于经营成本和风险控制难度，对客户的部分需求也无法满足。

中国社会科学院保险与经济发展研究中心副主任王向楠指出，定制化保险将弥补的传统保险“短板”，包括一些风险偏高或风险不确定强的人群，可能被拒保；一些风险真的偏低或自我感觉偏低的人群，在面对一般条款费率时，可能不愿投保；一些风险或偏好上“小众”的人群，在市场上找不到合适的保险产品。

李文中则分析称，近年来随着保险科技的发展与广泛应用，一方面能够更精准地识别客户的风险保障需求，使其更加场景化；另一方面使得保险公司能够更有效地防范逆向选择与道德风险；再一方面大大降低了保险销售、理赔等各个经营环节的成本。这使得保险公司开发销售个性化更强、价格相对更便宜的定制保险成为可能。

李文中认为，定制保险填补了一些传统保险市场的短板，主要包括满足客户的个性化保障需求，填补市场空白；保险产品价格相对更便宜，能够满足更多人的需求。

友邦人寿首席客户官姜利民表示，目前的中国保险市场已经迈入了“消费者主权时代”，大规模量产产品、一招吃遍天下的传统模式显然已经无法在愈发激烈的“竞争红海”中脱颖而出。“我们认为，突围的关键在于能不能抓住客户、理解客户，基于不同客户的个性化需求，为他们提供差异化的解决方案。”在接受北京商报记者采访时，姜利民如是表示。

转型新赛道

定制化保险发展道路上亦有诸多壁垒。姜利民告诉北京商报记者，首先是有无与客户互动层面的以及数据层面的理解和洞察。其次，技术亦是一道壁垒，即如何将产品生产出来、模块化并组合好。最后也是最大的“壁垒”——团队，他认为如果没有高质量的营销团队，面对客户无法通过顾问式的方式挖掘需求，所做的一切都将没有意义。

“所以即使定制化、差异化、个性化是未来的趋势，但真正能够走上定制化道路并走得好的公司，未来会较少。”姜利民直言道。同时他认为，定制化保险一定是未来人身险转型的新赛道，不仅是产品分层定制化，服务也会定制化，沟通的模式、互动的方式也会定制化。

而对于险企定制化道路怎么走，李文中提示称，对于保险公司而言，推出定制保险产品一方面可以满足客户的个性化保障需求，另一方面也能够切合国家产业发展、社会保障等政策，以获得更持久的发展动力与更广阔的发展空间。此外，保险公司发展定制保险时要注重产品的风险保障功能，避免由于过度强调个性化而把定制类保险产品演化成赌博。

而在购买定制类保险产品过程中，消费者又有哪些注意事项？

王向楠指出，先弄清楚自身的风险状况和保障需求。对于打算投保的定制类保险，尤其是上市不久的产品，可找找已买过的消费者的评价，看看有无自己忽略的信息。

李文中亦表示，对于消费者来说，购买定制类保险产品时需要注意以下几个问题：一方面，要清楚自己的真实风险保障需求以及需求重要性的次序，把有限的资金用于定制自己真正需要的个性化保险产品，避免因产品个性化和价格便宜影响而陷入“买买买”；另一方面，购买个性化定制类保险产品时要注意个人信息的保护，防止因信息泄露给自己带来麻烦与经济损失。北京商报记者 陈婷婷 周蕊怡

明星代言金融不可盲从 监管支招如何避坑

追星一时爽，但也要注意保护钱袋子。4月22日，银保监会发布《关于警惕明星代言金融产品风险的提示》，揭开明星代言金融产品风险的提示，揭开明星为各类互联网平台或金融产品代言5类常见模式，并提醒消费者选择金融产品或服务时，不可盲信明星代言，应理性对待明星代言的产品或服务，做到“三看一防”。

主持人、演员、歌手等明星大规模代言或站台金融产品、平台，对于大众来说其实并不陌生，尤其是前几年P2P网贷野蛮生长，明星代言一度成为平台营销的重要手段。4月22日，北京商报记者搜索发现，目前鲜少有明星参与互金平台代言，但仍有不少银行在信用卡产品推广上较青睐明星推广模式，王一博、迪丽热巴等流量明星均为不同银行进行推广代言。

“明星代言，优势是可以扩大银行业机构及旗下产品的影响力，在获取新用户方面有所助益，例如部分粉丝将印有明星的信用卡当成周边产品申请和收集，短时间内能够快速聚集大量人气；不过，邀请明星代言需要付出不菲的代言费，如何在引流前合规宣传、引流后做好风险防控仍面临挑战。”消费金融专家苏筱芮评价道。

对机构来说，尽管明星代言见效快，但也有不少“翻车”事件。明星代言金融产品有哪些潜在风险？4月22日，银保监会在风险提示中揭开了明星为各类互联网平台或金融产品代言的5类常见模式。

一是为P2P平台代言，近年已有明星代言的平台爆雷，导致参与者资金受损；二是代言涉嫌非法集资的产品，如“中晋系”集资诈骗案已导致万余名投资者遭受资金损失；三是为互联网金融平台代言，网络平台操作更便捷，但也容易存在风险提示、投保告知不充分等问题，消费者切忌因明星代言而忽略风险告知事项；四是金融产品、平台站台，如“泛亚有色”曾

邀请某学者出席活动，利用名人光环对公众造成消费误导；五是银行保险机构某类产品或整体品牌代言，如明星担任银行信用卡推广大使或宣传大使。

北京商报记者注意到，在上述5类模式中，明星为P2P代言站台“翻车”的案例屡见不鲜，既有不少明显因代言平台兑付问题一度登上微博热搜，也有不少知名艺人曾因宣传的P2P平台爆雷，被投资人喊出要为此负责。2021年1月，首次有地方监管部门提出，代言P2P的那些“明星”们，负有不可推卸的责任。

此次风险提示中，银保监会还指出，部分粉丝无底线追星，为明星集资打榜等不理智追星行为也被不法分子利用，导致一些集资乱象。还有的利用名人效应过度营销宣传诱导过度消费和超前消费，有可能引发过度负债、暴力催收等问题。银保监会提醒道，消费者选择金融产品或服务时，不可盲信明星代言，应理性对待明星代言的产品或服务。

针对如何避开金融陷阱，银保监会在风险提示的同时，也给出了多条“锦囊妙计”，简单总结就是“三看一防”。一看机构是否取得相应资质。二看产品是否符合自身需求和风险承受能力。三看收益是否合理。四要防止过度借贷。

光大银行金融市场部分分析师周茂华指出，金融产品治理有个过程，一方面，需要继续加大力度治理金融产品销售过程中“误导消费者、虚假夸张宣传、产品捆绑搭售、风险提示信息含糊”等乱象；另外，消费者自身也需认真分析金融产品和服务相关条款，合理评估自身风险承受力，从正规渠道购买金融产品，避免轻信“高收益、低风险”的金融产品，避免过度负债等。

北京商报记者 岳品瑜 刘四红