

這些事， 金融專家 不會告訴你

獨家揭露金融專家的50個奧步

THE TRUTH OF FINANCE

高永謀 著
師瑞德

Contents

Chapter 01

銀行沒告訴你的秘密 5

- Section 1 銀行強力推銷的產品，根本名不副實 6
- Section 2 各種商品的隱形費用，你買後才會發現 10
- Section 3 風險很大的商品，被形容成絕無風險 15
- Section 4 信用卡的契約內容，銀行說改就改 19
- Section 5 客戶被分等級，服務也被分等級 23
- Section 6 號稱理專的人，根本也不懂理財 27
- Section 7 借貸最佳利率方式，只是夢一場 31
- Section 8 抵押給銀行的財產，通常被嚴重低估 35
- Section 9 銀行向你討債時，可能不擇手段 39
- Section 10 銀行也泥菩薩過江，自身難保 43

Chapter 02

財經新聞沒告訴你的秘密 47

- Section 1 媒體多半報喜不報憂，盡量與人為善 48
- Section 2 有些媒體新聞根本抄自企業新聞稿 52
- Section 3 有些新聞根本是廣告，或受招待後的回饋 56
- Section 4 受訪者根本是老闆或記者的朋友 59
- Section 5 記者有時也不懂自己在寫什麼 62
- Section 6 記者容易被受訪者瞞騙，毫無查證能力 66
- Section 7 參與財經談話性節目的來賓，永遠是那幾個 70



Section 8	接觸一手訊息，財經記者為何沒致富	74
Section 9	媒體文章互相抄，你抄我也抄	78
Section 10	同一份報章雜誌，前後卻自相矛盾	82

Chapter 03

股市名嘴沒告訴你的秘密 85

Section 1	如果料股如神，為何還要拋頭露面？	86
Section 2	翻臉像翻書，翻來翻去不認錯	90
Section 3	號稱百發百中，其實是市場反指標	94
Section 4	努力吹捧幾檔個股，目的是為了解套	98
Section 5	每個大老闆都是你朋友，真的還假的？！	102
Section 6	名嘴只引用支撐自己論述的數據	105
Section 7	每一檔股票都了解，比巴菲特還神	108
Section 8	現學現賣，晚上講的是白天聽來的	111
Section 9	所報的股票，自己有沒有買？	115
Section 10	財經名嘴自己賺了多少，或賠了多少？	118

Chapter 04

房仲沒告訴你的秘密 121

Section 1	房仲隱瞞一大堆你應該知道卻不知道的訊息	122
Section 2	買房前弄清楚自己的申貸條件	126

Contents

Section 3	附近房屋成交價格，亂掰一通	130
Section 4	實際丈量後的坪數，跟告訴你的不一樣	134
Section 5	買屋買到變屋奴	138
Section 6	欺負你不懂法律，合約書亂簽一通	142
Section 7	一堆隱藏性費用，等完成交易之後才跑出來！	146
Section 8	房子的投資報酬率亂說一通	150
Section 9	法院也不保障法拍屋的品質	154
Section 10	房屋仲介的兩手策略，買方賣方都要賺！	158

Chapter 05

保險業務沒告訴你的秘密 161

Section 1	癌症險不賠癌症所引起的併發症	162
Section 2	還本與保障難以一魚兩吃	165
Section 3	死得意外不等於意外死亡	169
Section 4	自殺不成住院，保險也不賠	173
Section 5	保險不是愈多愈好	176
Section 6	保險與儲蓄本來就是兩碼子事	180
Section 7	老人家的一定保，其實有門檻	183
Section 8	小孩子的保險不一定愈早買愈好	187
Section 9	投資、保險；傻傻分不清楚的投資型保單	191
Section 10	保單跟著業務員跑、保險公司也要倒！	195

Chapter 1



銀行沒告訴你的秘密



- Section 1 銀行強力推銷的產品 根本名不副實
- Section 2 各種商品的隱形費用，你買後才會發現
- Section 3 風險很大的商品，被形容成絕無風險
- Section 4 信用卡的契約內容，銀行說改就改
- Section 5 客戶被分等級，服務也被分等級
- Section 6 號稱理專的人，根本也不懂理財
- Section 7 借貸最佳利率方式，只是夢一場
- Section 8 抵押給銀行的財產，通常被嚴重低估
- Section 9 銀行向你討債時，可能不擇手段
- Section 10 銀行也泥菩薩過江，自身難保



Section 01



銀行強力推銷的產品 根本名不副實

天使變為餓鬼；銀行露出真容。

在金融海嘯爆發後，絕大多數民眾才赫然發現，銀行的「真面目」不是天使，而是錢鬼。

往昔，銀行之所以擁有天使般的形象，源自於重金購買各種平面、電子媒體廣告，不斷向民眾進行「洗腦」。

幾乎所有的銀行廣告，都主打服務親切、規模宏大，或最近獲頒幾項專業獎項，或可幫客戶賺取超額利益，但卻總「言不及利」，從來不談銀行要從客戶的荷包中撈多少錢！

在歐美銀行界，普遍流傳一個比喻。在美國某家銀行辦公室總部辦公室大樓前的廣場，有一個巨大的心型雕刻，但這顆心不是紅的，而是黑的；雕刻的意涵乃是，「雖然銀行家的心都是黑的，不奢求客戶的尊敬，但『盜亦有道』，仍值

得客戶的信任。」然而，在金融海嘯之後，民眾不只看穿了銀行的心是黑的，更察覺到了今日之銀行，有時根本也「盜而無道」，與合法的詐騙集團無異；所以，投資者在與銀行打交道時，務必要小心提防、提高警覺，絕對不要全然相信銀行人員的說辭，尤其是銷售金融商品的理專。

望文生義投資；容易被文字誤導

也就是說，銀行也遵循資本主義運作的邏輯，與其他產業相去不遠，核心目的仍是從客戶身上賺到錢，而非讓客戶賺取活存、定存利息。

正因為舊商品獲利將不斷鈍化，所以銀行必須不斷推出新的金融商品，即使這些商品不見得優良，但仍會被形容成千載難逢的好

商品。在金融海嘯爆發後，投資者較往昔更加保守、謹慎、敏銳，就算理專有「三寸不爛之舌」，也不一定可說動投資者掏腰包；只是，大多數金融業者努力的方向，並非改善金融商品的「體質」，而是在金融商品的命名上花心思，努力投資之者之所好，卻不在乎商品名稱與投資標的關聯度是多是低。

不管升學、投資，台灣人最大盲點之一，便在於容易「望文生義」，懶於檢視實質內容。例如，某些大學的生物系、家政系乏人問津，於是便更名為「生命工程學系」、「人類發展與家庭學系」；在改名的前幾年，總會吸引若干靠「望文生義」而選填志願的考生，稍微延緩科系排名往下降的窘境。

不同的是，這些科系「換湯不換藥」的「改革」，終究只有短暫的效果，而其無法一再改名，但金融界卻可「因應時代潮流」，陸續推出名稱極為誘人的金融商品，讓投資者防不勝防。

「連動債」便是最佳例證，許多投資者「望文生義」且「見獵心

喜」，進而投入大筆資金，一直到雷曼兄弟倒閉後，才驚覺其根本不是債券基金。

可悲的是，就像多數受保人不清楚自己的保單內容，相當高比例的投資者，尤其是基金投資者，仍未記取金融海嘯的慘痛教訓，清楚所擁有基金的投資標的，遑論查核其是否名實相副，是否為另一個錢坑。

遊走法律邊緣；消費者上當無可奈何

只是，金融業者也深知投資者的惰性，因此總會因時制宜、投投資者所好，努力推出各種名稱誘人的金融商品，由於幾乎屢試不爽，金融業也樂此不疲，且文字遊戲「愈玩愈過火」；不過，令人不安的是，這些金融商品雖不至於與名稱完全無關，無法指其「掛羊頭賣狗肉」，有時卻是低度相關，有時則與主流認知不同，實有誇大或混淆視聽之嫌！

舉例來說，根據統計學的定義，相關程度低於30%，稱為低度



相關，但某些以能源為名的基金，投資標的與能源相關者可能還不到10%，而一般大眾所認定的「大中華區」，應以中國為主、台灣為輔，但某些以此為名的基金，投資台股的比例卻超過了80%。

然而，這兩種基金所吸引的投資者，還以為隨著能源價格飆升、中國經濟成長，自己也將雨露均霑。

而在資本市場持續呈現多頭格局，這兩種基金可能也有所獲利，多數投資者還陶醉地自認眼光高明，甚至還加碼添購，唯有等到基金虧損相當比例時，才會認真檢視基金的投資標的，並赫然發現，原來自己掉入了金融業者的文字陷阱！

只是，同樣是文字陷阱，但路邊攤高舉的「跳樓大拍賣」、電視

► 各種基金話術的陷阱

產品名稱	文字陷阱所在
大中華區基金	一般來說，應以中國為主、台灣為輔，但某些基金卻以台灣為主、中國為輔
能源基金	不少基金把礦業也列入「廣義」的能源裡，所以其淨值漲跌不見得與能源漲跌一致
高收益債券基金	沒有商品永遠都是高收益，而高收益基金績效也不一定最高
多多、多福、優質、愛台灣等基金	基金名稱根本看不出其投資標的
保證承保的保險	不是無條件保證承保，而是有一定的條件

廣告宣稱的「9成使用者有效」，大多數民眾心理皆有提防，但獨獨對於金融業者的遣詞、用字，卻顯得疏於防備，更由於其遊走在法律的灰色邊緣，就算投資者再怎麼氣憤，恐怕也只能自認倒楣、無可奈何！

可想而知的是，除非金管會嚴加規範，否則金融業者根本不可能「良心發現」，就此改弦易張；而投資者在購買金融商品前，唯有先做好以下4種防範，才不至於掉入金融業者所精心設計的文字陷阱中。

1. 在購買金融商品前，務必查詢其是否「名副其實」，名稱與投資標的相關度低於50%，根本不值得購買。

2. 如果金融商品的名稱模稜兩可，與區域、產業皆無關者，或「不知其所以然」，盡量不要購買。

3. 金融商品的名稱與投資標的，相關度雖高於50%，但其比例與一般認知落差甚大，也盡量不要購買。

4. 如果，金融商品根本查不出其投資標的，或是其投資標的是難以深查的「複委託商品」，務必提防再提防。



投資者在與銀行打交道時，務必要小心提防。



Section 02



各種商品的隱形費用，你買後才會發現

不懂精打細算，讓你獲利回吐賠光光

許多人只會看到表面、個別的數字，而忘了將所有條件加總，否則一定會驚訝於最後的結果，但，這也正是別人不願意讓你看到的真相！

最簡單的例子，就是你在大賣場／購物台看到類似「6期零利率，買了最划算」之類的廣告詞而怦然心動，忍不住掏出信用卡買單的那一刻起，對不起，你就掉入忽略各種商品隱形費用／成本的陷阱中。

凡事皆有價，使用者付費

為什麼呢？簡單地說，凡事皆有價！

金融機構不是慈善單位，開銀行的目的是為了賺錢，因此提供的一切服務都有相對應的價格；而金融機構裡面，養了許多精算師，這些頭腦清楚，精於計算的專業人

士，擅長計算每一種金融商品／服務的相關成本、投資報酬以及風險承受度，導出結果之後，再進一步加諸於每一種商品上面，基於使用者付費的原則，你，當然就是那個必須掏錢出來的人。

不過，畢竟是做買賣，客戶端永遠希望物美價廉，企業端永遠希望多賺一點，為了讓兩者之間的鴻溝盡量填滿，其中一個方法，就是利用銷售話術與銷售技巧，讓交易過程中，巧妙地隱藏了若干不同名目的交易成本，一次一次，一點一點地加收——讓花錢買單的人壓力不要那麼地重，降低他們防備心，以提高成交機率；或者讓他們以為佔到比較多的便宜，相對餘額外支出的成本，也就不那麼放在心上。

名目千百種，一毛跑不掉

精打細算的人都知道：「獲