



紐約人壽
傳家之保

Ghost Written Article

如何处理可转存的退休资金

What To Do With Rollover Funds?

在生活的某一个转折点,许多拥有退休或雇主赞助的投资账户的人会发现自己在面临著如何处理账户里的资金着一问题。这种情况通常发生在转换工作需将401(k)的资金提出或者在退休的时候。无论是那种情况,都要考虑清楚你的选择。在理想的情况下,最好能选择一个能满足你退休需求、能最大限度地减少税务的影响和避免处罚的策略。

请注意,这只是一个笼统的概述,税法相当复杂棘手,所以在作出任何财务决定之前,一定要咨询会计师及/或税务律师。

将资金转入新的账户

一个可能的选项是直接账户里的资金全部转入到一个新的个人退休账户

(IRA)或雇主赞助的401(k)计划。这两种方案都能让你继续延税,继续为你的将来进行退休储蓄。

将资金留在原来的账户

如果有这个选项,你可以将资金留在原来雇主的退休账户里不动,直到你到达退休计划规定的退休年龄。这个选项的好处是你可继续利用现有计划里的投资选择或基金管理服务。你的资金将可保持延税,以后可以转到一个新雇主的合格退休计划或个人退休账户。

将资金取出并付税

根据你的情况,你也可以选择提取你的401(k)退休计划里的资金。虽然这样可以马上使用你的储蓄,但选择一次性提

取有几件事情需要考虑。首先,你的钱不能再享有延税增长的潜力,要缴纳正常的联邦和州所得税。此外,如果你未满五十九岁半,你可能会面临国税局百分之十的罚款。

请注意:退休账户资金转账需在收到款项之日起六十天内完成。

这份由第三方所写的教育性文章由纽约人寿保险公司资深业务代表(百万元圆桌终生会员 MDRT Life Member, NYL Lifetime Council Member):袁菲小姐提供。要了解刚讨论的相关专题的更多资讯,请联系袁菲小姐,联系电话为 703-628-2608(手机),703-723-1299(维州办公室),301-214-6793(马州办公室),传真

号码为 703-723-0188, email: fyuan@ft.newyorklife.com。

无论是纽约人寿保或其业务代表,都不提供税务、法律、或会计方面的建议。有关税务、法律、或会计方面的问题,请咨询您的专业顾问。

The offering documents (policies, contracts, etc) for all New York Life and its subsidiaries products are available only in English. In the event of a dispute, the provisions in the policies and contracts will prevail.

对于保单、合约等相关文件,纽约人寿及其子公司仅提供英文版本,如有争议,一律以保单和合约中的条款为准。

跨界的韭菜想割就割?《仙剑奇侠传》怀旧邮票礼盒贵不贵?

我们都知道爱屋及乌的故事。如今,各种跨界的横行,其实也是借鉴了这种爱屋及乌的连带效应。因为喜欢,连带着会喜欢周边的一些产品。明星跨界,依靠的是流量的优势,喜欢一种品牌,就会捎带着喜欢其衍生出来的其他物品,这也是企业在商业营销时惯用的一种伎俩。实践也证明,这种营销手段还比较受市场欢迎,有时候能起到东方不亮西方亮的效果。

1.跨界的流量优势

举一个最简单的例子,众所周知,马斯克是一个大嘴,喜欢各种抨击,而在推特上的一句话经常就可以带来“满城风雨”;最有名的例证,就是马斯克对于比特币以及狗狗币的一些言论,直接带来了币圈的巨幅波动。因为自己有自己足够大的粉丝群,因此当特斯拉推出一些周边衍生产品的时候,居然也可以赚一个盆满钵满。再举一个简单的例子,特斯拉经常会卖一些几乎和汽车不搭边的衍生产品,比如一个酒瓶就可以卖到779元,居然两天时间就售罄了,而且还只是一个空瓶子。这何尝不是一个跨界的例子?如今,我们看到国内除了明星之间的跨界之

外,企业在营销的时候,也在尝试跨界能否发生质变的一种需求。比如中国邮政和游戏厂商合作,开始尝试推出一些纪念版的邮票来“割取”跨界的韭菜了。

2.邮政试水跨界营销?

我们关注到,《仙剑奇侠传》官方与中国邮政合作推出了仙剑怀旧邮票礼盒,每套188元,附赠预售专属赠品:包括编号收藏证明、6枚明信片、12枚经典仙剑怀旧纪念邮票、1套明信片封套、一款仙剑专属印章、三款仙剑专属纸胶带。预售结束后的原价是208元/套,不含预售专属赠品。

这么高额的价格不知道会有几人问津?对于集邮爱好者来说,这里面有价值的或许也就是明信片和纪念封了。至于所谓的纪念邮票,不过是一些个性化带副票的滞销产品罢了,都是打折的不能再打折的在集邮市场无人理睬的玩意。

当然,对于仙剑迷来说,如果购买这款产品,也不是为了集邮本身,而是对仙剑自身的喜欢,以及由此带来的爱屋及乌的一种典藏罢了。这种跨界的产品,对于一个市场的用户来说,就是鸡肋,而对于另一个市场

的玩家来说,或许就是一个纪念的回忆?一个对自己喜欢的游戏的另一种形式的留存和怀念,这是对玩家的一种吸引。当然,真正能够掀起的热潮几乎是没的,这一点或许是跨界中的一种尴尬。

3.邮政更应该服务好自己主流用户群体

值得关注的是,既然市场不大,为何还要做这种跨界的合作呢?其实这就是双方希望在各自的领域能够收割一批韭菜,依托相互渗透的不彻底,以及玩家和集邮爱好者本身的不重叠,来换取一部分用户的盲目追逐。只是这样的想法,在很多时候,几乎都是失败的。因为彼此的喜欢重点不交织,就难以形成共鸣,也自然无法得到用户的追捧。这样的产品,如果想赚一个盆满钵满,几乎就是痴人说梦。

对于游戏商来说,《仙剑奇侠传》最新单机《仙剑奇侠传七》正式开启预约,将于2021年10月15日正式上市。实体标准版预售优惠价138元(原价168元)、豪华版399元、游戏数字版售价128元。如果在这个基础上,赠送相应的邮票,或许还能引起玩家的兴

趣。如果只是想借着新游戏的上市,衍生一些附加产品进行兜售的话,估计很难获得较好的收益。

至于中国邮政来说,合作的方向是被动的,或者说仅仅是游戏商的一种个性化定制罢了,邮政不会出什么资金和资源,只是配合着制作相应的邮票和封片产品,最终也是靠游戏厂商去割韭菜,邮政是早涝保收的一种策略,不做投入,只计算自己的成本,然后坐地收钱罢了。印制一些封片和个性化邮票,对于邮政来说简直是再轻车熟路不过的操作手法了,其也巴不得有更多的企业愿意这样来给邮政带来收益了。

对于游戏厂商来说,在自身产品之外,寻求更多的衍生市场机会,本来就是营销的一种手段,就如同在电影院线,也会根据影片推出很多衍生产品,希望带来多一层面的收益,至于效果如何,就很难说了。而游戏厂商的收益来源比较单一,如果能够在更大的范围内尝试一些手段,丰富自己的营收结构,自然也是在所不惜的。这恐怕是游戏厂商愿意和中国邮政合作,开始尝试一些跨界营销内容的原因所在吧?

中国手机厂商众多,但苹果公司说中国市场是其最强市场,谁该汗颜?

苹果应该感谢中国市场,因为这个市场给苹果公司的利润增长贡献了足够的收益,也只有这个市场在份额变化不大的情况下,给予了苹果利润增长的“面子”,说明中国用户在高端机型的选购上,更倾向于苹果公司的产品。也就是说,苹果iPhone 12 Pro和iPhone 12 Pro Max在中国市场的销量非常不错,因为这两款机型的利润率是最高的。

1.苹果的“觉醒时代”

市场一度有一句戏言:华为跌倒,苹果吃饱。此言不虛。由于众所周知的原因,华为几乎退出了智能手机高端市场的竞争。而苹果公司及时觉醒,首先和台积电达成了紧密合作关系,不断地给台积电产能释放需求,一方面满足了台积电在华为缺失之后的市场空白,及时有苹果公司的订单顶上,帮助台积电获得利润的持续增长。另一方面,在随后的芯片荒发生后,因为苹果已经率先动手,受到的波及并不是很大。起码在之前的波及不大,即使如今市场的芯片荒持续,苹果公司也受到了一定的影响;但是苹果公司很明智地选择了确保高端产品的供给量,也就是保持着高利润产品的持续供给,因为这是利润最大的一块蛋糕。

苹果公司现在非常聪明地看到了市场的需求是什么,在没有华为竞争之后,三星根本不是苹果的对手,至于中国手机军团的小米、OPPO、vivo等厂商也只能在中低端市场抢得一些份额,在高端市场,在利润最高的市场方面,尚无法对苹果公司构成丝毫的威胁。在这样的背景下,苹果公司高端产品的价格不菲,持续保持着高额的溢价配给。即使在苹果公司财年中不济的季度(苹果自身三季报)都能有不错的增长率,这说明

在市场竞争对手缺位的情况下,用户只能选择苹果公司的产品,苹果公司可以高枕无忧,无形中拥有着几乎垄断市场的价格制定权。

2.新一代iPhone 13抓紧备货中

众所周知,再有一个多月的时间,苹果最新一代的旗舰产品iPhone 13系列产品就要发布了。按照惯例,如今是苹果公司准备新一代产品的关键时期。虽然,之前郑州发生了千年不遇的一次大洪灾,造成的损失也是非常严重的。不过,对于苹果公司的代工企业富士康来说,影响不大,其在郑州的产能还在快马加鞭地进行着。

据悉,iPhone 13已在生产,媒体披露苹果公司在8月开始量产最新一代的iPhone 13系列机型,为了应对iPhone加工的旺季,上海昌硕和郑州富士康都开出了诱人的福利,其中郑州富士康新员工满三个月就能领取过万奖金。以此刺激工人的加班加点生产。也就是说,暴雨和台风等天气对于iPhone 13的生产并未带来大的影响,将依然会保证苹果在9月份如期发布,并且能提供充足的产能供应。

多方消息已经佐证,iPhone 13系列将依然存在四款机型,分别为iPhone 13 mini、iPhone 13、iPhone 13 Pro、iPhone 13 Pro Max,整体设计上与上代差异不大。据悉,iPhone 13系列将会全系配备小刘海显示屏,屏占比会有提升,尺寸延续iPhone 12的尺寸不变。搭配苹果的A15仿生芯片,电池容量也有提升,其中iPhone 13 Pro Max是4352mAh,比12 Pro Max的3687mAh多出近700mAh,iPhone 13是3095mAh,iPhone 13 mini是2406mAh。尤其是后者,此前被诟病电池续

航太差,这次苹果有意做了提升。

3.富士康又到“招兵买马”时

众所周知,苹果iPhone系列如果要保证足够的供应量,就离不开富士康的代工能力,而为了满足苹果公司的需求,每年到了9月之前,富士康总是要“招兵买马”地进行人员的增加,为了满足产能的足够释放。尤其是当高端市场没有竞争对手的时候,苹果iPhone系列的市场需求还在持续增长,对于代工企业来说,需要足够的产能保障才能满足需求,而每年的苹果新系列iPhone上市之初,都会遭遇一段时间的配货困难,但如今这个周期越来越短,苹果公司的代工企业在满足其需求方面,能力在持续增长。

当然,未来满足这种需求,就是加大生产能力。这一次,据悉,每天有20余万名员工陆续走进位于郑州航空港区的富士康厂区,开始了一天的工作。虽然郑州遭遇了千年不遇的暴雨,但是对富士康的影响不大,富士康郑州园区表示,“智能手机生产并没有受到强降雨的影响,生产一切如常。”郑州航空港区富士康厂区世界上最大的智能手机生产基地,也是苹果iPhone系列产能的最大集散地。由于iPhone系列的产能需求量大,富士康郑州的一线工人缺口也很大。为了吸引工人,富士康开出了诱人的全勤奖励。新员工工作满三个月就能领取过万奖金。

4.库克:这是我们最强的市场

在苹果公司公布的最新季报显示,该季度总营收为814.34亿美元,大中华区营收为147.62亿美元,同比增长58%。对此,库克表示,中国市场是苹果最强的市场,并对这份成绩充满了自豪,相信苹果还会将中国市

场的地位进一步提高。

苹果发布最新财报后,路透社、日经亚洲、华尔街知名财经媒体“The Street”等外媒在报道时,特别指出了“苹果最强劲的销售增长来自中国”。库克表示,中国用户对iPhone 12机型的反响非常强烈,有很多新用户开始购买苹果产品。实际上,这部分新用户基本都是原来的华为用户,在华为无法进行高端智能手机生产的时候,这部分用户选择了苹果公司的iPhone系列产品。由于中国用户的购买力强势,帮助iPhone在市场整体下滑的背景下,在中国实现同比两位数的正增长。

中国作为全球最大的消费电子市场,又最快从疫情中复苏,过去几个季度连续成为苹果财报中的亮点。而中国手机厂商在华为之后,还没有一家能够脱颖而出,这也是非常令人遗憾的地方,即使我们的手机厂商不断地进行宣传,甚至打入到欧洲杯的宣传市场,但自身的产品能力才是重点,再铺天盖地的宣传也没有换来产能的变化和利润率的提升。由于在中国市场的热络,苹果高管透露,第四财季的收入将实现两位数增长,但低于刚刚结束的第三季度36.4%的增长率。当然,由于第四季度有新一代iPhone 13的问世,市场的期待值还是非常高昂的,在竞争对手不给力的情况下,苹果公司依然可以笑傲群雄。不过,也有媒体表示,苹果的服务业务面临着诉讼、监管审查(包括来自美国司法部的审查),以及美国和欧洲的一系列待决法案,这些法案要求苹果降低其应用程序的15%至30%的佣金并做出其他改变。这些不确定原因,也会成为影响苹果利润增长的因素。