

金融动态

光大银行刷卡有优惠

11月7日至9日,光大银行将在大商新玛特金博大店举办“光大银行卡特惠购物节”。该行持卡人当日持卡消费满999元,特例商品满3000元,可兑换120元新玛特礼券一张;当日累计刷卡消费超388元,可获得高级乐扣杯、多功能军刀、快乐福寿宝、名牌超声波加湿器等不同奖品;消费金额在800元以上,按金额不同,可同时领取相应的礼品;刷卡时收到交易通知短信中的随机六位幸运数字,若含有2个数字“8”,即可赢取炫彩创意杯一件;若含有4个数字“8”,即可赢取威戈双肩背包一个;若含有6个数字“8”,即可赢取黑金刚锅一个;11月9日刷卡购物满9999元,特例商品满30万元可兑换32寸液晶电视1台。此外,活动现场办卡还能获得礼品。

李景辉 张华

兴业银行成为首家“赤道银行”

10月31日,兴业银行在北京正式公开承诺采纳赤道原则,成为中国首家“赤道银行”。此举标志着兴业银行在引入国际先进模式、加强环境和社会风险管理、可持续发展方面走在了国内商业银行的前列。

赤道原则是参照IFC的可持续发展政策与指南建立的一套旨在判断、评估和管理项目融资中环境和社会风险的自愿性金融行业基准。兴业银行行长李仁杰表示,作为国内最早关注节能减排、倡导绿色信贷的商业银行,兴业银行在可持续金融方面的探索由来已久。赤道原则所倡导的宗旨同兴业银行“不谋而合”。采纳赤道原则将对兴业银行可持续金融体系的进一步整合与完善,对于提升兴业银行社会责任实践的广度和深度具有重要意义。

张建功

中国人寿举办趣味篮球赛

为弘扬“拥有健康,享受生活”的健康生活理念,中国人寿保险股份有限公司郑州市分公司于11月2日在思念·果岭运动馆举办了“中国人寿姚明杯”趣味篮球赛。

中国人寿保险股份有限公司郑州市分公司作为郑州寿险的龙头企业,在全市拥有50多万的客户群体,为回馈客户,从2007年开始,中国人寿推出了“国寿1+N”品牌服务,公司每年定期举办客户服务活动。第二届客户服务系列活动以“牵手国寿·健康生活”为主题,推出姚明杯趣味篮球赛、国寿大讲堂等客户参与性较强的活动项目。客户参与公司组织的定点投篮比赛、障碍运球接力比赛等群众喜闻乐见的篮球比赛项目,得到了客户的一致好评。

张莉

讲述
你的理财故事

今日主角:李爱兰
职业:退休教师
投资龄:将近两年
收益:股票、基金、银行理财产品
均有不同程度亏损



孙昱 图

股市的上涨,不仅带动了基金热,更催生了银行理财产品热。去年,“打新股”等理财产品更是受到无数投资者的喜爱。今年年初,李爱兰在某股份制银行也买了一款新股申购型理财产品。“前几天,我去银行看这个产品的收益率公告。猛一看,上面写着年化收益率5.07%”,我当时心里很高兴,想着还

是银行风格稳健,这比把钱存在银行吃利息强多了。可再仔细一看,在5.07%前面还有一个负号“-5.07%”。李爱兰说,新股跌破发行价的情况虽然有,但还是比较少的,大多数时候打新股都是赚钱的。“我一直认为打新股不会亏损的,大不了就是收益率低一点,可是没想到竟然也会亏。”

股票、基金、银行理财产品都“玩过”的李爱兰说
保证投资本金最重要

今年55岁的李爱兰是我市一所子弟中学的语文老师,退休后的她整天觉得无所事事。“刚退休那一阵子真不习惯,原本打算到私立学校返聘继续干几年,可是孩子们都不同意。他们说我粉笔拿了一辈子了,应该好好休息一下安度晚年了。”可李阿姨没想到,靠死工资生活一辈子的她,也会和“理财”这个去年最时髦的词儿紧紧联系起来。

晚报记者 倪子

生活因股票更丰富

李爱兰说,为了不再每天窝在家里与电视相伴,2007年7月初她和老伴毅然下海做起了股民。“那时候,做了一辈子老师的我,突然转换人生角色成为了一名小学生。面对股票那些红红绿绿的图呀、线呀,好像是面对天书一般茫然。”工欲善其事,必先利其器。于是,她和老伴开始忙碌起来,书店的财经专柜、各种证券知识讲座、理财课堂、还有电视财经节目等,忙得不亦乐乎。

炒股之后,李爱兰和老伴就像原来每天上、下班一样早出晚归,只是工作时间变为早

上九点半到下午3点,工作地点就在证券营业部的散户大厅。

去年下半年之后股市就开始了回调,时至今日,李爱兰的股票已经亏损了不少。“现在赔了这么多,我们实在不忍心割肉离场呀。反正投入的钱不多,先这样捂捂吧。”李爱兰坦言,“炒股之后我们的生活一下子有了乐趣,也学到了很多知识。当然,更大的成就不在这里,在股市摸爬滚打之后,我们的心理承受能力显著增强。现在即使一天不看大盘,我们也能耐得住了。大不了做长线,少赚点钱。”

基金和股票不一样

2007年的大牛市A股气势如虹,基金发行也异常火爆,银行排队、比例配售成为牛市基金销售的特点。“我们院里很多人都买基金了,说基金只赚不赔。‘天才做股票,凡人买基金。’因此我们决定买基金。”李爱兰说,2007年10月16日,上投摩根首发募集的QDII基金上投亚太优势基金开始发行。“当时都说国外的资本市场是成熟的,我们觉得上投摩根既是基金大公司,又有摩根富林明海外投资团队鼎力支持,应该能以国际视野更好地掌握中国投资契机。”可就是这只当初备受投资

者追捧与厚爱的QDII基金,如今的表现实在让人心寒。

李爱兰说,投资基金和炒股不一样,对比炒股为自己带来的操作快感,基金相对比较被动。但是她相信“闻道有先后,术业有专攻”。“人家基金公司里都是顶尖的专家在为我们理财,我觉得只要国家的宏观经济好,基金就能长久看涨!”李爱兰表示,基金讲究长期持有,只有通过时间的考验,基金或许才能显示出其价值。因此,尽管暂时亏损,他们也不打算赎回。

还是要以保本为主

“我今年是不会再碰这些与股市挂钩的银行理财产品了,但是有可能会选择一些短期票据、短期债券等理财产品。它们周期短,风险低,收益率一般在4%左右,应该比较适合现在的投资形势。”李爱兰表示,经过这一年多来在股市中的“过山车”行情,今年的投资她更愿意以保证本金安全为主。

>>>“2008中国金融品牌论坛”专题报道

马蔚华:不确定性背景下的金融品牌营销

面对金融海啸带来的不确定性,金融品牌营销如何突围?10月31日~11月1日,由招商银行主办的2008中国金融品牌论坛在上海举行。招商银行马蔚华行长作了“不确定性背景下的金融品牌营销”的主题演讲,引起与会代表热烈的反响。

马蔚华行长认为不确定性是当今时代的基本特征。无论是自然灾害的频繁爆发还是技术发展的日新月异,无论是经济金融形势的变幻莫测还是社会矛盾冲突的不断加剧,都意味着稳定性、精确性、可预测性日益被变革性、模糊性和不可预测性所代替。如何面对、如何管理不确定性,如何建立系统的应变机制和体系,将是在不确定性背景下金融品牌建设的中心议题。

不确定性背景下企业创建优势品牌,既面临良好机遇也面临严峻挑战。品牌建设意义显得更加突出,但面临的风险压力不断加大;品牌形象的提升来得更加便捷,但品牌维护的难度日益加大;品牌内涵的诉求变得更加明了,但其外在的表现形式日趋复杂。

近年来,面对不确定性的经营环境,招行着力从品牌价值的成长性、品牌定位的聚焦性、品牌识别的一致性、品牌营销的整合性和品牌管理的专业性等方面入手,坚定不移地推进金融品牌建设。在2008年,从慈善公益和体育营销入手,创新品牌传播的方式,不



招商银行行长马蔚华

断强化招商银行以人为本的“因您而变”品牌理念,应对不确定性背景下经营环境的复杂多变。

光大集团董事长唐双宁、泰康人寿董事长陈东升、深圳发展银行行长肖遂宁、华泰保险的王梓木董事长等国内外银行、保险、基金、证券业300多人应邀参加了论坛。此次论坛还邀请了北京大学、复旦大学、中国传媒大学和厦门大学品牌研究的知名教授学者出

席,为金融企业的品牌建设和出谋划策。

中国金融品牌论坛自2004年在观澜湖首办以来,已成功举办四届,会议规模和规格不断提高,成为金融业品牌建设交流的重要平台。本届论坛由招商银行主办,新浪网、中国经营报、CTR市场研究、财富生活、幸福财富网等联合主办。

晚报记者 来从严 刘卫清
通讯员 樊振宁 赵磊

>>>延伸阅读

“一网通”网络生活指数发布

近日,招商银行在京召开“一网通”网络生活指数新闻发布会,隆重发布了该指数的首期研究成果,该项目首开中国网络经济及用户指数研究先河。发布会上同时亮相的,还有招商银行最新上线的网上个人银行专业版6.0,这标志着招行网上银行的功能又有了突破性的提升。

据介绍,2008年中国“一网通”网络生活指数为60.76。网络生活指数与地域经济的发展状况紧密相关:各省区“一网通”网络生活指数的分布呈现东高西低的特点;经济发达地区,如北京(79.86)、上海(78.87)、广东(72.86)的“一网通”网络生活指数值明显高于经济发展相对落后的中西部地区,如贵州(54.69)、云南(55.17)、甘肃(56.15)。在不同客户群行为态度特点上,高收入人群(月收入3000元以上)对网络金融服务等高端应用和互动性较强的博客论坛的依赖度较高,低收入人群对网络游戏、网络视频等被动式网络娱乐类的初级应用的依赖度较高。

招商银行零售银行部刘建军总经理介绍,“一网通”网络生活指数将在保持连续性的基础上不断创新,招商银行将定期进行研究并及时予以发布,以期跟上中国网络经济发展的脉搏和方向,使之成为中国网络经济市场的“晴雨表”。同时,招商银行未来也将根据“一网通”网络生活指数的研究,从中发现网民们更多更深层次的网络金融服务的需求,不断完善改进网上银行服务。