

特色银行卡微展示(一)

如今,银行卡已成为很多市民生活中不可缺少的好帮手。不过,随着银行卡的普及,卡片是否个性十足、能否解决消费问题逐渐成为消费者关注的焦点。即日起,本报推出“特色银行卡微展示”栏目,每周展示几张特色卡片,让您第一时间了解各家银行卡的“明星产品”。记者 倪干

办银行卡 不妨看看这里

牡丹借贷合一卡

发卡银行:工商银行

卡片特色:牡丹借贷合一卡是工商银行设计开发的一款新产品,通过一张卡片两个账户(贷记账户与借记账户)的联动理念,为客户实现资金效用最大化。借贷合一卡将借记卡和贷记卡完美融合,既具有存取现金、转账结算、理财投资等功能,又可享受透支消费、分期付款等功能。当使用借贷合一卡存款时,资金自动进入借记卡账户,享受利息。持卡消费时,使用贷记账户信用额度,享受免息期。当持卡消费贷记卡额度不足时,借记卡账户资金将自动补充差额部分。当贷记卡账户出现存款时,将自动转入借记卡账户。



乐惠金卡

发卡银行:光大银行

卡片特色:9月12日,光大银行郑州分行举行产品推介会,推出一款称为“轻松及时贷”的创新金融产品——乐惠金卡。该卡是光大银行专门针对具有大额、短期贷款需求的个人推出的专属白金信用卡。一方面,“乐惠金卡”具有较高的授信额度,客户申请获得批准后可随借随贷,仅需在交易后60天内连本带息一起还清即可。另一方面,受传统文化的影响,国人不喜欢向亲朋好友借钱,以免欠下“人情债”。而“乐惠金卡”的出现能帮助持卡人从“人情债”中解脱出来,完全符合国人的心理诉求。



首批行业ETF发起式基金获批

记者从华夏基金获知,该公司旗下于9月14日获批5只行业系列ETF基金,分别跟踪上证主要消费指数、上证原材料指数、上证能源指数、上证金融地产指数和上证医药卫生指数。这是业内首批行业ETF发起式基金。

推荐理由:这5只行业ETF同为发起式基金,管理人与投资人利益的一致成为此类基金受到市场关注的焦点。据统计,目前已有20只发起式基金提出募集申请,随着业内龙头华夏基金5只权益类发起式基金的获批,极有可能引领更多基金公司发行此类产品,并掀起年内基金创新的高潮。

券商集合理财产品再发力

记者获知,为迎合市场求稳需求,不少券商通过债市再发力,其中,民生证券旗下纯债开屏力作民生避险回报集合理财计划于本周正式发行。该理财计划将全部资产投资于固定收益类和现金类资产,其中现金类资产不低于集合计划净值的5%,固定收益类资产占集合计划净值的0%~95%。

推荐理由:针对未来债券市场,业内人士认为伴随着CPI的不断下行,政府将“稳增长”放在主要位置。货币政策放松预期给信用债利率下行打开空间,经济探底企稳后企业信用状况改善将带动信用债进一步上升。对于普通投资者而言,参与债市投资的民生惠富提供了良好的投资工具。该产品在保证取得固定收益的同时,也锁定了低风险。适合低风险偏好以及希望参与债市稳健收益的投资者,同时也给激进型的投资者在震荡市中提供了对冲风险的工具。

理财新品

文字整理 倪干

兴业银行
隆重推出高流动性理财产品
——当日申购当日起息,当日赎回当日到账

投资期限	现金宝3号		现金宝4号	
	目前参考年化收益率	内部风险评级	目前参考年化收益率	内部风险评级
1天≤投资期限<7天	0.39%	低风险	0.39%	30万
投资期限=7天	1.49%		1.49%	
8天≤投资期限<15天	3.10%		3.20%	
15天≤投资期限<31天	3.50%		3.70%	
31天≤投资期限<61天	3.80%		4.00%	
61天≤投资期限	4.10%		4.30%	

兴业银行高端理财产品定制服务已开通,专为1000万以上的您定制专属理财产品,敬请咨询!
理财有风险 投资需谨慎 更多理财产品详询:0371-69337606

发布最新理财资讯

理财情报站



惠益稳健型理财产品

产品名称:中信理财之惠益计划
发售银行:中信银行郑州分行
中信银行于9月14日~25日发售中信理财之惠益计划稳健系列5号12期理财产品。产品理财期限为233天,认购起点为5万元,以1万元整数倍增加。认购金额为人民币5万元(含)至20万元(不含)年化收益率最高将可能达到4.9%。认购金额为人民币20万元以上(含),年化收益率为5.0%。该产品属于非保本浮动收益型、封闭型理财产品。募集资金主要投资于货币市场投资工具或利率型产品等。

点贷成金理财产品

产品名称:招银进宝之点贷成金理财计划
发售银行:招商银行郑州分行
招商银行正在发售招银进宝之点贷成金987号理财产品。该产品认购起点份额为5万份,超过认购起点份额部分,应为1万份的整数倍。产品理财期限为66天,预期年化收益率为4.3%。该款产品认购期截至24日。理财产品募集资金主要投资于AA级(含)以上信用评级高、流动性好的银行间市场流通债券,以及金拆借、信托计划、银行存款等其他金融资产。

永乐生活电器“赢”在“双节”报道之人资安保篇

人资、行政与安保联动“护航”双节

盘马弯弓 永乐期待为你营造温馨家园

——访河南永乐生活电器行政总监 刘慧玲

卖场

人物



河南永乐生活电器行政总监刘慧玲

随着国庆节和中秋节(简称“双节”)的临近,各大家电卖场销售人员都在“厉兵秣马”。“双节销售占下半年销售总额的40%多。客流量大,销售多,使得门店原有的开票台、收银人员、销售人员显得不足。”河南永乐生活电器行政总监刘慧玲说,人是决定“战争”胜负的关键因素,为了能赢在“双节”,一个月前我们就开始为各门店增加开票台,招聘培训销售和职能人员,经过精心准备,目前,永乐人正“盘马弯弓待十一”。

樊无敌



为了让消费者愉快购物,永乐从安保等多方面进行了细致准备

【人是关键】永乐销售员首先要销售自己在家电零售企业,销售人员推销自己比推销产品更重要。

“只有当消费者真正喜欢你、相信你之后,才会开始购买你的产品。”刘慧玲的话让记者颇有同感,她说,在日益竞争的家电行业,企业要实实在在做好每一件事,一切从员工态度开始抓起,这是企业发展的根基,这是永乐培养销售人员的首要要求。

细节决定成败,态度决定一切。这一点刘慧玲体会很深。1993年,高中毕业的刘慧玲进入郑州华联商厦,那时,正是第一次“中原商战”打得如火如荼的时候,作为收银员的她深切地感受到,在商战中最关键的是人,为此,她坚持学习,到如今,她已经是工商管理硕士。这些年,她辗转北京等多个城市,而做的工作只有人力资源。她说:“人是企业发展的关键因素,也是最复杂的。但我想,只要坚持做好人这一件事,就能成功。”

“凡事要先为客户考虑,客户才为你考虑,客户往往购买的是服务态度,这是永乐对门店管理者的要求。”针对双节的销售工作,刘慧玲表示,人力资源部会根据销售业绩等多方面综合考

虑,以求激励员工。她强调说,企业要有大的发展,必须有创新思想与现代营销理念,以品质、品牌、文化建设为支撑,以企业战略、创新能力和个性化凸显三个层面为依托,全力打造永乐品牌。这是永乐对职能管理者的要求,永乐是树,员工是根,树要壮大,根必须先旺盛,所以永乐更注重人才的培养。

这几年,永乐每年通过“雏鹰计划”、“SOL培训学校”使一线销售人员得到晋升空间。刘慧玲说:“永乐全省2000多员工,大家以永乐为家,以企业发展壮大为荣,永乐快速扩张,给大家提供更大的舞台,使有能力的人有空间,每年永乐均给北京总部输送上百名人才。”

为备战十一,公司举行了动员大会,所有体系总监为各门店店长颁下军令状。刘慧玲介绍说,十一卖场客流大,为保证顾客人身、资金安全,不仅对卖场各个角落进行了细致的检查,还增加了巡逻安保人员,以求使消费者在永乐卖场轻松地享受购物。

【贴心服务】

卖场幽雅环境给你愉悦购物体验

未来,家电连锁企业的首要任务就是提高单店竞争力。刘慧玲指出,永乐的连锁店均开设在核心商圈的有利位置,交通便利。在购物环境上,永乐卖场提倡快捷、舒适、明亮、简洁,无论是卖场结构的整体布局还是各类展示区的商品陈列都按照消费者购物习惯进行科学精细的规划。

永乐所有卖场都使用最高装修标准,在装修时,永乐都采用环保材料,注重为顾客打造一个环保的环境。在卖场内,永乐将统一设综合服务区,集结收银、会员服务、提货、试机、咨询、配件展示、商品美容、客户诉求处理等多种功能为一体。刘慧玲介绍说,不仅在硬件设施上保持行业领先,永乐各连锁店在经营理念上也独具创新。永乐采用的是完全的体验式营销模式,店内将着重采用真机展示和实际操作结合,增强卖场与消费者的互动,消费者可以零距离地接触、试用自己想购买的商品,使门店具有了更多的内涵。

从8月份,永乐就在商品结构上进行了精细化的调整,在保持彩电、空调、冰箱、洗衣机等传统电器优势的同时,将着重加强手机、数码、电脑等3C品类的商品和大量关联性配件商品,在厨卫、小家电等生活电器方面,按照消费者的需求和购物习惯再进行细分,因此,无论是传统家电还是3C、生活家电都将得到充分的体现。现在不少家电连锁卖场平均单店经营商品数量仅为4000余种,而永乐的商品数量平均为10000余种,旗舰店商品数量20000余种。刘慧玲信心十足地说:“双节期间,永乐一定能满足消费者的充分选择,购物舒适、专业咨询、一站式购齐、快捷购物、完善服务保障等几乎所有的需求。”