



七夕要浪漫也要理财

明天就是“七夕节”，除了巧克力鲜花，银行、互联网也纷纷端出了高收益理财产品、贵金属产品、爱情存单等“七夕大餐”吸引眼球。银行理财师表示，从产品收益来看，无论银行理财还是互联网金融平台产品，七夕专属产品的收益率均要稍高于普通产品，对普通投资者来说，不失为一个投资的好时机。不过，投资者在选择节日理财产品时，不仅要关注预期收益率有多高，还要关注产品的募集期限长短和产品本身蕴含的风险。 郑州晚报记者 倪子

银行大打“七夕牌”

近期，银行产品的收益率纷纷下降，跌破5%似乎成为常态。然而，伴随七夕潮再度来临，不少银行推出的七夕节专属理财产品收益率却比较高。

例如，中信银行郑州分行在8月18日~23日，推出起售金额为5万元的七夕专属理财“共赢15221期”，期限92天，预期年化收益5.2%；中原银行则推出“七夕情人节专属财富套餐”，其中“七夕情人节专供理财”产品预期年化收益率5%。该产品起始日为8月13日，结束日是8月19日，产品期限98天，投资者可以通过网点柜面、微信银行、手机银行、网上银行进行购买。

除了理财产品，贵金属产品更是“节日理财”的主角。中信银行推出“爱你一生系列印章七夕专用刻字模板”，消费者只需花520元，就可以在一枚小小的银章上刻下自己指定的内容；交通银行、广发银行、民生银行等则带来了《朵朵金玫瑰》施华洛世奇天然宝石版。以广发银行郑州分行为例，活动时间8月18日~20日，发行价每套1690元，惊喜价每套1590元。除了价格优惠，活动期间还有秒杀活动。

此外，邮储银行等银行还推出了“爱情存单”活动，用数字表露爱意。“爱情存单”可以个性设置存款金额，如52113.14元代表“我爱你一生一世”，33445.21元代表“生生世世我爱你”，13145.21元则代表“一生一世我爱你”，2113.14元代表“爱你一生一世”，521元则为“我爱你”。

相关链接

基金 在大盘震荡上行过程中，偏股型基金的投资价值更胜一筹，建议选择兼顾稳健与灵活投资风格的次新发行基金，以大型基金公司发行的产品为宜。另外，偏债型基金长线投资价值高，可选择其中历史走势较好、风格偏向稳健的产品。

股票 对比其他理财产品，股票的可期待收益率较高。下半年普通家庭投资股票，适宜选择业绩好、盘面适中、受益于国家政策的个股，中线

互联网“不甘”落后

银行理财产品收益不“给力”，不少投资者都开始把目光投向互联网金融产品。而在一片跌跌不休声中，也有一些互联网理财平台的产品“亮瞎了眼”。

例如，随手记理财市场在7月末推出一款预期年化收益率8%的保本类理财产品“质押宝”，每期认购额度在上线一小时内就被抢购一空。其“周一理财日”主推的货币基金产品，包含货币基金收益和平台红包奖励两部分的预期年化收益高达10%。在金额、时间相同的情况下，该产品的收益水平高出银行活期34倍，相比已跌破4%年化收益的宝宝类产品也要高出2~3倍。

做好功课不盲目“跟风”

“七夕节银行理财产品只能说为了讨巧，收益上并无太大优势。”某银行理财经理认为，对于手中有闲置资金的投资者而言，还是应当依据自身的风险承受能力，选择大型城商行发行的高收益理财产品。至于投资期限方面，鉴于银行理财产品的收益水平持续下滑的状态，建议选择6个月至1年期的中长期产品，以锁定当前的高收益水平。

另一理财师分析认为，节日专属理财一直是各方理财产品竞相争夺的战场，但以往只是银行唱“独角戏”，今年则有互联网金融平台加入进来，市场竞争变得更加激烈。从产品的收益来看，无论是银

行理财还是互联网金融平台的票据理财，七夕专属产品的收益率均要稍高于普通产品，对普通投资者来说，仍不失为一个投资的好时机。

不过，上述理财师也提醒投资者在投资前一定要做好功课，不要盲目跟风。银行是以活期利率为投资者计息，因此募集期较长，短期节日理财产品的实际收益将大打折扣。因此投资者在选择节日理财产品时，不仅要关注预期收益率有多高，还要关注产品的募集期限长短，并尽可能多地了解理财产品的投资信息。在选择互联网金融产品时，不仅要关注其背后的平台是否安全，还需要了解产品本身蕴含的风险。

七夕理财，这些产品可以考虑

投资(2~4个月)，及时获利了结。

债券 由于上半年部分低等级债券出现违约风险，建议可以配置久期较长的债券，中高信用等级的债券或者利率债。

银行理财产品 在国际金融市场震荡加大的背景下，家庭理财必须充分控制风险，银行理财产品依然是家庭理财的重要组成部分。建议优选选择美元投资方向的理财产品；次之选择是具有保本功能

的人民币计价理财产品，投资期限最好在1年以上。

黄金 在央行货币政策趋向宽松、人民币波动背景下，以人民币计算价格的黄金未来将有一定的升值预期，可以在家庭理财中对抗资产缩水。在1100美元附近逢低买入黄金，比较适合中长线投资，达到分散货币资产与保值目标；但黄金的投资收益率会比较有限，不适宜配置过多流动资产。

银行资讯

省工行营业部 助力融e购商户

针对7、8月份暑期旅游旺季，工商银行河南省分行营业部与该行融e购网上商城某旅游网旗舰店商户合作，自7月中旬推出千人台湾特价游——2980元尊享台湾豪华环岛8日游产品，并通过O2O线下体验活动、融e联、微信等社交平台进行重点推荐。不足半月时间内，即成交订单36笔。为提升辖内商户客户的产品销量，工行营业部有针对性的探索种类多样的合作方式，广泛开展优惠促销活动。并积极邀请各商户客户参与营业部组织的O2O线下体验活动，让广大客户能够以更加实惠的价格买到更多高品质商品。通过形式多样的宣传推广活动，该行商户客户真正在融e购上得到了实惠。 李欣

省交行 拓展手机银行净增客户

截至7月末，交通银行河南省分行手机银行净增客户数系统排名第四，任务完成率系统排名第二。据悉，该行采取多项措施推动手机银行客户拓展，一是以厅堂营销、批量营销为主，明确各岗位人员指标营销职责，通过大堂经理、柜面、客户经理联动营销，对到店客户进行逐个营销，提升客户手机银行开通率；二是加强零售客户经理、大堂经理、高柜柜员、对公客户经理等岗位人员的指标考核，及时兑现配用费用和奖励，激发基层员工工作热情；三是及时通报指标数据，使分支行营销人员尽快掌握业绩状况，发现不足并调整营销工作方向，做到有的放矢，提高工作效率。 全权

光大银行 发行河南首只私募公司债

8月11日，由光大银行郑州分行和光大证券联动营销、光大证券承销、光大银行郑州分行托管的焦作市建设投资(控股)有限公司20亿元私募公司债首期10亿元成功募集，成为河南省首只私募公司债。今年4月新政出台后，光大银行郑州分行便与光大证券联动营销，积极帮助焦作市建设投资(控股)有限公司注册非公开发行公司债券。在光大银行郑州分行、光大证券与焦作市建设投资(控股)有限公司等三方的共同努力下，最终于8月7日取得上海证券交易局的无异议函，于8月11日成功募集首期10亿元资金。 刘博

中信银行郑州分行 举办汽车团购会

日前，中信银行郑州分行联手卡盟网举办汽车团购会营销活动。参展汽车品牌22家，邀请客户2000余，现场签约购车138台。活动中，该行与主办方充分沟通、合作，客户经理全程营销，并连续两天向购车客户及汽车经销商宣传中信银行业务品牌优势，重点推荐菁英卡、出国金融、POS收单、理财、房贷贷等拳头产品，展现了中信银行主动、便捷、高效的服务形象。下一步，中信银行郑州分行工作人员将通过电话回访、理财信息发送、客户经理上门服务等方式，循序渐进做好客户提升。 夏晴月

建设银行 首推网上全流程自助“快贷”

建行“快贷”实现了贷款全流程线上操作，“秒申秒审秒签”3“秒”解决全部贷款手续，便捷、极致的客户体验成为业内标杆。此外，“快贷”创新借贷通“贷款钱包”通过借记卡绑定贷款额度，支持国内任意电商网银在线订单支付、POS刷卡支付和网银转账支付，实现网购刷卡随时用。 张新乔