

@微财经

@新浪财经 【银行暂停房贷蔓延至二三线城市：开始警惕楼市风险】据各地媒体报道，银行暂停房贷已经向重庆、合肥等二三线城市蔓延。对于原因，银行方面普遍的说法是额度紧张。但也有银行人士透露，真实原因也许没那么简单，房贷作为一种银行争相追捧的优质资产的时代或许正在远去。

@新浪财经 【我国人均居民储蓄已超3万 储蓄率超50%全球最高】中国人民银行的最新数据显示，到8月份，我国居民储蓄余额已连续三个月突破43万亿元，位于历史最高位。目前我国已成为全球储蓄金额最多的国家，同时也是人均储蓄最多的国家，我国人均居民储蓄已经超过3万元。

@财经中国 【微信支付资金被盗将获保险公司赔付】微信5.0版本推出微信支付功能后，如何确保支付安全是不少用户关心的问题。昨天，腾讯旗下的第三方支付机构财付通与中国人保财险达成正式合作，今后用户如因使用微信支付和财付通造成的资金被盗等损失，将获得相应赔付。

@财新网 【2015年将放开存款利率上限】民生银行行长洪崎：预计2015年将放开存款利率上限，实现全面利率市场化。面对利率市场化，商业银行要有差异化的客户定位，降低对资本和负债的依存度，降低内部管理成本。利率市场化以后，商业银行的机遇在于收购兼并不善的银行。

@每日经济新闻 【北京六环内难寻均价2万以下楼盘】素有“楼市风向标”之称的北京秋季房展会将于9月19日至22日中秋节期间在北京展览馆举行。记者根据主办方提供的参展项目表初步观察，北京本地项目中，六环内已难寻均价每平方米2万元以下楼盘。

招商银行潍坊分行 借力电影宣传金融

为答谢客户的支持与厚爱，配合开展好“金融知识进万家”活动，自8月初以来，招商银行潍坊分行与市电影公司合作，深入市区各大广场和社区，开展了“招商银行消夏电影节”暨“金融知识进万家”活动，目前已举办20余场，参与群众达2000余人。

为组织好电影节活动，该行甄选了城区30个广场和社区，根据位置分布情况安排到城区的3家行部，由行部进驻放映现场进行金融知识宣传，选取了部分业务产品宣传片，准备了各类业务宣传资料。在每场电影放映前，现场放映金融知识宣传片，向现场群众分发了M+卡、手机银行、188刷卡活动、生意贷、信用卡等各类业务宣传折页，在为群众居民带来消夏电影娱乐的同时，也送上了招行特色产品，各类金融知识，取得了良好的宣传效果。

到目前，已放映20余场次，先后到苇湾小区、潍柴宿舍、奎文门社区、金华苑小区、富华新村、谷德广场、金福苑小区、樱园广场、公安巷广场、帝景苑、人民广场等进行了宣传放映，主放映片有：《泰囧》、《黄金大劫案》、《河东狮吼2》、《西游降魔篇》、《乡村婚礼》等等，既有年轻人喜欢的喜剧片，也有贴近老百姓的生活片，现场观看的人数众多，电影节活动受到了群众的热烈欢迎。

继央行在两个月前宣布放开“银行贷款利率下限”之后，近日又有消息称，预计2015年国家将放开存款利率上限，实现全面利率市场化。

利率市场化进程的逐步推进，必将对居民的投资理财产生巨大的影响，一个全新的投资理财新天地将展现出来，并催生理财新观念，促使居民采用多种交易工具与方式进行资产的保值增值。



金融改革逐步推进 存款利率逐步攀升 居民投资理财将迎利好

居民储蓄偏好增大

储蓄存款是我国最古老的金融产品，由于其具有变现能力强、安全性高并且简单方便等特点，它成为了我国大多数家庭选择的金融投资工具。根据我国2012年统计年鉴的数据显示，居民储蓄存款余额一直居高不下，在家庭

金融资产中仍然占据着主导地位。储蓄存款的收益就是利息，而决定利息多少的正是利率。从一般意义上讲，利率的提高会提升居民的储蓄倾向。

2012年6月央行宣布调整银行存款利率浮动区间上限，并下调了存款基准

利率，事后我们可以清晰地发现：从表面上来看：一年期存款利率下调了0.25的基点，即由3.5%降为3.25%，而允许金融机构存款利率的浮动区间的上限调整为基准利率的1.1倍，这又使得存款利率变为3.58%，这也意味着实际上

存款利率不降反升。从各大商业银行的实际操作来看，全部银行一年期(含)以内定期存款利率均上浮，其中中小型银行实行上浮到顶，国内商业银行首次以利率做饵打响了存款争夺战，同时增强了对居民储蓄的吸引力。

家庭理财产品更为丰富

利率市场化对我国商业银行在资产负债管理、经营管理模式等方面都提出了较高的要求。利率市场化后，银行有了利率的制定权，各家银行可以根据市场情况、自身的资金

条件来采取差别化的经营策略，自主决定存贷款利率，这无疑将导致商业银行间更直接、更激烈的竞争。

在市场经济条件下，商业银行提供的理财产品

将会表现出更多的差异性，不同银行在币种、额度、期限、利率等方面都会有所差异，这些差异也会在其金融产品的定价中得到反映。作为金融机构的客户，居民可以像购买

其他商品一样，挑选自己满意的银行和产品，家庭可供选择的理财产品将因此而在数量和质量上都得到提升，这对于改变投资渠道和理财产品形态单一的局面无疑是一个利好。

个人信用受到重视

利率市场化后，家庭的消费贷款利率也将实现市场化，这意味着不同的家庭将从银行获得不同利率的消费贷款。家庭的消费贷款主要用来购买住房、汽车及其他耐用消费品，因为利息支出

在这类信用消费中占有很大比重，所以贷款利率对家庭的贷款成本有重要的影响。

银行主要根据贷款人的信用情况、职业类型、收入、学历等综合情况为每个人执行不同的贷款利率。那些资

信情况良好、且学历较高、收入稳定的人更容易获得银行贷款，并且能够享受较低的贷款利率。相反，就要承受较高的贷款利率甚至无法获得贷款。

对于一个家庭来说，家

庭的总收入、家庭成员的职业、学历等自然条件是相对不变的，那么保持良好的信用记录就显得尤为重要。这就要求家庭要重视信用记录的积累，提高金融意识，以求获得更低利率的贷款。

兴业银行潍坊分行 开展送“金融知识进万家”

张继胤

为加强银行业消费者权益保护工作，开展金融公众教育服务，根据潍坊银监局下发的《关于开展2013年“金融知识进万家”潍坊银行业金融知识宣传服务月活动的通知》要求，兴业银行潍坊分行于今年7月启动了“金融知识进万家”活动。

提升服务维护客户权益

七月初，该行率先在行内开展了金融和消费者权益保护知识培训，旨在改进和提高服务质量，提升从业人员服务理念和整体业务水平，并为下一步开展金融知识宣传、普惠公众金融服务打下良好的基础。

七月末，该行又开展了主题为“您的满意，我的全心全意”的公众满意度提升活动。该行倾心打造美丽厅堂，加强厅堂人员的培训管理，优化业务办理流程，完善投诉处理机制，增设医药急救箱等一系列便民服务设备，关注弱势群体，创新开通尊老爱幼绿色通道，真正做到从客户角度出发，提高客户满意度。

面对面讲解贴心服务

9月1日，由市金融办、潍坊银监局组织开展的“金融知识进万家活动”启动仪式在人民广场如期举行，兴业银行潍坊分行吴永林行长参加了启动仪式，并亲临现场指导工作。

该行从各个岗位层层选拔的6名工作人员，佩戴“金融知识进万家”字样的绶带，向公众发放宣传册和宣传手册，围绕个人贷款、信用卡、借记卡、银行理财、电子银行、自助

设备、代销业务、非法集资等金融知识进行了宣讲讲解，对公众比较感兴趣的天天万利宝理财和旅游贷等产品进行了面对面讲解和咨询。

“多一份金融了解，多一份财富保障”，本次广场金融知识宣传活动在广大客户群体中埋下了一颗意识的种子，引导社会公众合理使用银行产品和服务，保障自身资金财产安全。

网点加社区宣传全覆盖

网点阵地宣传方面，一是充分利用潍坊、寿光、诸城、青州、高密五家营业网点的LED屏幕，滚动播出“宣传普及靠大家，金融知识进万家”等一系列宣传口号；另外，在五家营业网点内设立金融知识服务咨询点，张贴各类材料，并在客户休息等待区发放金融知识宣传册、宣传手册等材料；同时，在网点壁挂电视等设备上滚动播放公益宣传片、FLASH动画等，并向全行员工及客户发送金融知识宣传短信。

社区宣讲方面，该行先后多次走向市场和社区，向广大居民发放金融知识宣传材料，号召大家安全用卡、理性消费、精明理财，拒绝高利诱惑，远离非法集资；对广大居民感兴趣的理财和旅游贷等产品进行了详细讲解。