



世界杯来啦，这不仅是球迷狂欢的节日，也是银行、险企挖掘商机的好时机。近日，记者发现，不少银行、险企借道足球世界杯，或发售球迷专属理财产品，或推出足球信用卡，或开展比赛竞猜抽奖活动，或销售世界杯“概念险”，以自己的方式玩转世界杯。业内人士指出，尽管这些产品和活动琳琅满目，其实多是银行和险企借搭世界杯搞噱头营销，投资者不妨用平常心对待。

玩转世界杯 银行险企频出专属产品

球迷专属理财产品提高收益率 主题贵金属、奇葩险讨好球迷

本刊 综合

专属理财产品讨好球迷

为抢搭世界杯经济快车，不少银行在理财产品上也做足了文章，纷纷推出“世界杯专属”理财产品借机“讨好”球迷。

笔者了解到，某国有银行于世界杯揭幕战打响之时同步发行了一款“球迷网银专享”理财产品，5万元起步、预期年化收益率5.1%、投资期限为72天，客户只需通过网银即可购买。

无独有偶，一些城商行近期也顺势推出多款世界杯理财产品，部分投资预期收益率甚至超6%。

从收益率来看，理财产品在贴上世界杯的标签后，其“含金量”也略有提高。普益财富的统计数据表示，上上周共发行了194款人民币债券类产品，预期年化收益率最低3.10%，最高为6.00%。其中，1个月以下的超短期产品，平均预期收益率为4.1%，1个月至3个月期产

品的平均预期收益率仅为4.84%。

不过，对于此类理财产品，理财专家表示，虽然这些产品被贴上了“世界杯专属”、“球迷专属”的标签，但除了时间和世界杯重合外，基本上和世界杯没有关联，不少产品的投资回报也“难言诱人”，投资者在选择时应理性对待，不要被五花八门的产品“迷了眼”。

主题贵金属火爆来袭

除了专属理财产品，不少银行还推出了以世界杯为主题的贵金属产品。

在某股份制银行，一位工作人员告诉笔者，由其独家代销的“2014年巴西FIFA世界杯纯金纪念”特许产品因为其发行数量少，收藏价值比较高，刚一问世，就吸引了不少贵金属收藏爱好者和球迷的关注。

还有银行也于近期推出了“2014年巴西FIFA世界杯纪念银章”。据了解，该银章以大力神杯、巴西世界杯官方会徽、主场馆、吉祥物以及巴西特有的热带雨林动植物剪

影等重要标志为元素设计。全球限量5000套，售价为19800元。

业内人士指出，世界杯纪念币由于具有纪念意义，加之材料是金银铜，发行量少，因此也具备一定的收藏价值，但最好是全套持有。

“奇葩险”也傍世界杯

伴随着2014巴西FIFA世界杯的开战，多家保险公司也推出了一系列的奇葩险。

笔者登录淘宝保险频道，有家保险公司推出了一系列世界杯主题险种：熬夜看球，有针对猝死身故、急性上呼吸道感染医疗的“夜猫子险”；死忠球迷一言不合拳头相向，有“足球流氓误伤险”；畅饮喝到酒精中毒有“喝高险”……这些险种保费均为3元，最低可获得200元门诊费用，最高可获得10000元身故保险金。不过，由于这些险种过于奇葩，保险的购买者也是寥寥无几。

还有的保险公司对人气最旺的巴西、德国、西班牙等8支热门球队

推出了“世界杯遗憾险”。目前只有小组赛遗憾险，投保价格均为8元，投保人除获得1万元的人身意外险保障，如果“押注”球队无缘小组赛出线，则可获得相应“集分宝”补偿，从1400到4900不等。“集分宝”是由支付宝提供的积分服务，每100个集分宝抵扣1元人民币。

除了这些五花八门的保险外，淘宝保险频道针对世界杯还推出了“旅游意外险送世界杯狂欢礼包”的优惠活动。

保险专家提醒投资者，“世界杯足球险”是在世界杯期间针对特殊人群推出的短期产品。任何保险，购买者都需要根据自己的需要，看清条款，谨慎购买。

主题营销悄然启动

与此同时，各大银行针对“世界杯”的主题营销也悄然启动，比如信用卡、世界杯高端旅游增值服务等，力图为客户打造一站式的服务体验。

笔者从某国有银行官方网站获

悉，今年3月份该行与Visa国际组织联合推出足球世界杯信用卡。该卡不仅具有信用卡的各项基本功能，还融入了浓厚的世界杯色彩功能和权益，卡面设计具有鲜明的足球世界杯特色。

此外，该行从今年开始在每届世界杯举办前夕，都将设计推出涵盖当届世界杯特色的经典卡面。此次发行的足球世界杯信用卡就含6款卡面，功能方面具有外币交易自动购汇人民币入账、免货币兑换手续费等，全面出行保障、全球商旅特色服务等，力图打造一站式的境外消费服务。

而另一国有银行财富中心负责人王先生则表示，从去年底，该行就为有需求的客户提供了世界杯高端旅游服务，若客户有需求，他们可以提供一对一的世界杯私人旅游定制服务。王先生表示，像世界杯这样个性十足的营销契机，一般也是各行提升非金融增值服务水平、提高客户尤其是中高端客户黏性的重要渠道，因此一向受业界关注，并会在每届赛事前早早启动。

中年人理财应稳中求进

人到中年，家庭事业已经步入了一个稳定期，个人和家庭的资产也有了一定的积累。接下来，如何安享晚年，如何让资产保值增值是理财的重点。那么，究竟采取怎样的理财方式比较好呢？业内专家表示，一般的中年人，收入比较稳定，也具有一定的风险承受能力，应采取“稳中求进”的组合投资策略，确保本金无损的基础上，再追求较高的收益。中年人理财应“稳中求进”，这关键四步要做好。

家庭应备足流动资金

家庭流动资金主要是为了能应对家庭短期资金的需求，以备不时之需。对于这部分资金，理财师表示，一般为3-6个月的家庭月支出，可以将这部分资金配置定期存款（三个月或半年）、货币市场基金，年化收益率4%左右，或是短期固定收益类产品，比如一个月左右的产品，年化收益率7%起，这些投资方式，流动性较好，资金能灵活支取，可以根据家庭资金实际使用情况自行选择理财方式。

做好安全性投资

中年人还要配置一些本金有保

障，收益率和风险都比较适中的理财方式，让家庭资产稳定增值。

可以选择定期存款，年利率3%；国债，3年期年利率5%，5年期年利率5.41%；保本型的银行理财产品，年化收益率5%左右；固定收益类理财产品，这些产品安全性投资方式适合长期投资，时间越长，收益也会越高。

提高家庭抗风险能力

中年人应重点考虑健康和养老的问题，提高家庭抗风险能力。

专家表示，中年人除了基础的社保外，可以再搭配重大疾病险和意外伤害险，用来补充基础社保的不足，提高家庭抗风险能力。

适当增加高收益的投资

对于中年人来说，在保障了资产的保值和增值的基础上，可以适当增加一些高收益的投资，比如说股票、外汇、黄金、不动产、非保本型的银行理财产品等高风险投资方式。当然收益越高，风险也越大。理财专家表示，可以参考80法则，高风险的投资比例=(80-自己的年龄)%。比如你今年45岁，那么根据80法则，进行高风险的投资的比例就不能超过35%，随着年龄的增长，高风险的投资越少越好。

中年人做好理财，只要严格按照以上四步走，家庭资产不仅能保值增值，老年生活也会无忧。

(综合)

工行曲阜支行 “三提升”扮靓服务窗口

工行曲阜支行以“人民群众满意银行年”活动为契机，强力推动全辖网点服务品质、服务效率和客户满意度“三提升”，持续增强核心竞争力，取得明显成效。今年以来，全行未出现一笔客户投诉。

为了将优质高效服务带给每一位客户，该行优化劳动组合管理，在全辖网点实施高低柜分离，将占用柜面时间长的开卡、挂失等业务移至低柜办理。加大便民措施力度，扩充曲阜师大支行和有朋分理处自助服务区面积，增设自助服务机具，同时在曲阜人民医院和静轩西路设立两处离行式自助银行；保证大堂经理和保安在岗率，做到现场分流，引导高效有序，有效缓解客户排队现象，前5个月，省市行非现场监测未

发现有超时排队现象。

在客户服务工作中，该行注重采取“点面结合”，积极倡导“站相迎、笑相问、双手接、快速办、准确指、提醒递、礼貌别、目相送”24字服务法，不断提高员工规范化服务水平。

为提高做好服务工作的自觉性，该行网点服务监督检查小组加大对网点服务工作检查的频率，通过采取突击检查，纠正员工日常工作的不规范行为；通过查看网点意见簿，对客户反映的问题及时进行调查处理反馈；通过对客户发放征求服务意见表，征求客户对支行服务的建议和意见，对网点的服务质量进行监督，构建了与客户互动服务监督评价机制，努力打造客户满意窗口。(通讯员 于方文)

广发银行济宁分行 情系父亲节

父亲节当天，由广发银行济宁分行主办的“我和老爸亲密照”客户互动活动在广发银行营业厅开幕，活动现场中来行客户关注广发银行官方微信，即可携父亲一起现场拍摄即拍即取的情景照片。

现场许多子女们写下了自己最想对父亲说的话和希望送给父亲的礼物，贴到愿望墙上。以父爱为主题的愿望墙上贴满了即拍即取的亲情照。一张张记录了家庭生活点点滴滴的照片，突出父爱的伟大，同时让照片具有特殊珍藏的价值。

广发银行相关负责人介绍到，他们很重视父亲节这一节日，但是还有很多年轻人，都不太善于表达自己的情感，所以特地推出了“我和老爸亲



密照”的活动，希望年轻人借此机会，向自己的爸爸表达自己的爱意。

大多数市民表示，虽然不善于向父亲表达爱意，其实作为儿女，对

父亲的感情和爱，一点也不少。以后也会留意父亲节这个日子，利用这个时候向父亲表达感情。

(通讯员 戴鼎伦)

建行济宁营业部 举行情景演练 提升服务水平

近日，建行济宁营业部组织两网点全体人员进行了服务情景演练。本次演练精心设计案例，主要针对大堂经理如何应对处理客户疑难及不满设立情景，通过不同角色扮演，员工间互相点评，在一片轻松气氛中让员工查找到自身服务的不足，也进一步规范了大堂经理服务流程，会议最后还评选出

最佳大堂经理、最佳客户表演奖和最佳点评奖，并对获奖员工进行了颁奖。

角色演练是将技能传递并转化为生产力的最有效的训练方法，是销售、服务技能培训的必备手段。营业部今后将定期进行不同主题的情景演练，更深一步的固化服务习惯，提升服务意识和打造服务品牌。(通讯员 刘彤彤)