

# 孝心消费成新宠 银联推出重阳感恩季

为倡导重阳弘扬尊老、敬老、爱老、助老的优良传统，并与现代文明发展有机结合，9月27日，2014年银联IC卡“重阳感恩季”活动山东启动仪式在贵和购物中心西广场欢乐举行。

启动仪式的主题是宣扬“家庭”理念，弘扬“尊老、敬老、爱老、助老”的传统美德，来自中国银联山东分公司和各大银行、各大商户的代表与中老年朋友欢聚一堂，为老年朋友带来重阳节里的温情祝福。

据统计，中国60岁以上老人有1.67亿人次，近半处于空巢状态。越来越多的年轻人选择到适合自身发展需要的地方工作，大多数老人长期孤独无伴，各种心理问题也相继产生。早在1989年，我国就将“重阳节”定为“老人节”。随着我国社会经济的发展、城市化趋势和人口老龄化进程的加快，空巢老人

增多日渐成为整个社会的发展趋势，并成为一个社会问题。

提及重阳节的心愿，大多数老人表示，希望儿女们重阳节回家吃个饭。也有不少老人在接受采访时表达了矛盾心情，既希望孩子们回家，又心疼孩子们在外打拼的不容易和无奈，希望他们以工作和个人发展为重。

但是外出就业的子女们，却因工作需求、朋友同事聚会等问题，无法满足父母的需求。直面空巢老人的失陪现象，中国银联启动“重阳感恩季，用芯来孝亲”大型系列家庭消费活动，从带父母看一场电影、吃一顿饭、逛一次超市开始，力倡“孝心消费”。

据了解，银联“重阳感恩季”活动将在9月27日开始一直持续到10月2日，中国银联将携手各大商业银行与知名商户，奉上包括“好戏连台”、“欢乐聚宴”、“礼敬长辈”三

大主题在内的系列精彩活动。

在山东当地，银联推出包括金山料理、大渔铁板烧、和绿寿司、汤皇小厨、晋善晋美、东来顺火锅等多家餐厅美食62折，鲁信、新世纪、百利宫等多家影院6.2元观影，银座百货、贵和购物、振华百货、屈臣氏、沃尔玛、济南万达百货等多家商场超市满额立减等众多优惠。银联卡持卡人只需登录“银联钱包”网站或“银联钱包”手机客户端就可以在每天10:00和下午14:00免费获取各种活动优惠券。

重阳感恩，银联作为企业的行为，有利于形成社会积极的舆论反思和群体行为，让在外打拼的年轻人多一些给予老人关爱和陪伴，用情感和关爱让空巢不空。这不仅仅是企业的市场活动，更是充满人文关怀的企业价值观表达，社会责任感与担当。

## 财金资讯

### 中国平安蝉联“最受尊敬企业”

日前，2013—2014年度“中国最受尊敬企业评选”结果在北京揭晓，中国平安凭借长期以来对股东、客户、员工及社会的良好责任及担当，从80家入围企业中脱颖而出，连续第十三次荣获“中国最受尊敬企业”称号，成为唯一获此殊荣的综合金融集团。

本年度“中国最受尊敬企业评选”依据行业领袖、创新竞争、永续发展、环境友好、公益慈善五个关键词对企业进行综合考量，由数百名学者专家、媒体、公益人士及企业管理者提名，并经多轮审核及投票，最终30家企业获此殊荣。主办方评价，中国平安始终将“诚信”作为企业文化的根基，

同时以“专业”为纽带，持续地为股东、客户、员工和社会创造最大化价值，切实履行企业公民责任，赢得了社会各界广泛好评，是连续多年值得尊敬的典范。

中国平安表示：能够连续13年荣膺“最受尊敬企业”称号，是对公司持续践行社会责任的积极肯定。秉持“专业，让生活更简单”的品牌理念，中国平安在保持各项业务稳健发展的同时，将持续利用现代科技推进各相关领域的创新与发展，怀揣恪尽企业社会责任的不变初心，以专业产品和贴心服务深耕发展，更好的回报股东、客户和社会各界。

## 光大银行资产管理能力持续提升

2004年2月，光大银行率先在国内发行第一款银行外币理财产品——阳光理财A计划；同年9月，发行第一款人民币理财产品——阳光理财B计划。此后，光大银行还陆续推出了国内第一个人民币结构性产品——阳光理财A+计划、第一个人民币信用关联产品——阳光理财C计划、第一支债券投资理财产品——稳健一号等多个首创性银行理财产品。

经过十年的创新发展，光大银行已形成较为完善的理财产品谱系，产品形态涵盖固定收益、股票基金、全面配置和另类投资等，产品投资范围覆盖全球各大资产类别，产品设计和交易模式中也已融入本外币资产配置转换、衍生交易、资产证券化、动态保本技术等概念与机制，能为机构和个人投资

者提供全面及个性化的资产管理与财富管理服务。截至2014年6月，光大银行理财销售规模已超过7万亿元，理财余额达到6500亿元，仅2014年上半年即为投资者带来理财收益217亿元，较2013年6月末同比增长109%。

理财业务发展至今，过去创新所依赖的管制套利、填补投资谱系空白等动力已接近尾声，理财业务将逐渐向资产管理转型已成为广泛共识。为此，光大银行着力实现转型，并将目标定义为“双F”模式，即一方面拓宽固定收益类产品的投向，同时涉足权益类资产，根据投资业绩对投资管理人及资产配置进行动态调整，进一步完善权益类FOF、MOM产品体系，增强投资顾问遴选和管理能力。

依托先进的投资理念和模型，

光大银行“阳光理财”业务已真正实现开放式运作，同步推进的风控体系切实有效，为其合规发展提供了保障。据普益财富报告显示，自2008年以来，光大银行风控能力已连续六年位居前十，其中2010年、2013年风控能力排名第一。事实上，光大银行是国内第一家对理财产品进行内部风险定级与外部资管评级的金融机构，此举有效提高了银行理财产品风险揭示透明度。



光大银行提示您关注济南分行微信公众平台。关注方法：打开微信，点击“发现”，选择“扫一扫”，扫描成功后点击关注，即可添加。

**Bank 中国光大银行**

共享阳光·创新生活

## 落实金融惠民 普及金融知识

### 华夏银行济南分行积极推进金融知识宣传月活动

进入九月以来，华夏银行济南分行积极响应银监会号召，以提升公众金融素质，加强消费者合法权益保护为目标，开展为期一个月的金融知识宣传普及活动，以“多一份金融了解，多一份财富保障”为主题，开展了金融知识进万家等一系列活动，让消费者在身边就能享受到网点一样的咨询服务。

据了解，该行本次宣传服务月活动主要面向青少年群体，主题是“金融知识早接触，走向社会有帮助”，引导辖内青少年增进金融知识，合理使用银行产品和服务，重点围绕财务管理、个人贷款、信用卡、借记卡、电子银行、自助设备等六项内容进行

9月1日活动启动后，华夏银

行济南分行在开展网点宣传、走访社区宣传的同时，还积极深入校园，面向青少年群体开展金融知识宣传活动，通过青少年比较关注的微信、微博等新兴社交媒体开展线上宣传。在华夏银行的官方微博账号中，可以看到“银行卡网络支付安全月”、“银行卡网络支付安全知识”等推送。在“银行卡网络支付安全知识”的消息中，更是加入了生动的漫画详解版。“图文并茂的宣传，在效果上明显好于单纯的文字叙述，有助于青年群体了解金融和银行知识，切实落实金融惠民，普及金融知识”该行宣传月活动有关负责人如是说。

(财金记者 王小平)

## “金融知识进万家”活动系列报道之三

### 招行济南分行：致力于打造专业理财服务

理财产品是客户进行投资的重要工具，包括由商业银行自行设计并发行的产品，以及商业银行代理销售/推介的各类公募基金、保险产品、信托计划等等。理财产品收益相对较高，但具有一定投资风险。

#### 规模位居

#### 股份制商业银行首位

作为零售银行业务和资产管理业务的重要推手，银行理财产品近年来不断保持高增长趋势。股份制银行近年来的表现更为抢眼，在发行量和预期收益率方面普遍增大力度。2006年以来，招行理财业务

保持持续快速增长，截至2013年末，招行理财产品发行规模年均增长率为102%，理财管理余额年均增长率为43%，理财收入年均增长60%，累计实现中间业务收入97亿元。

截至2014年7月末，招行理财产品管理余额突破1万亿元，较年初增长75%。截至2014年7月，招行2014年度已发行各类理财产品1743只，发行规模8226亿元，理财产品管理余额为10052亿元。

#### 综合能力持续增强

在理财业务业绩靓丽表现的背后，招商银行理财产品的服务能力也获得了国内权威机构

和媒体的高度评价。根据普益财富银行理财能力上半年排名报告显示，全国性商业银行中，理财综合能力排名由招商银行和交通银行领跑。其中，招商银行位居理财能力综合排名前列，因为该行在理财产品丰富性、发行能力和收益率、风险控制能力、信息披露规范性、评估问卷得分等各个单项排名均位居全国性银行前列。招商银行以丰富的理财产品项目再一次列居行业前列。普益财富的报告指出，招商银行在收益类型、投资品种、投资对象、投资期限、投资起点等5个子项目中至少有3个以上都表现较为突出。

#### 财富管理专业能力 业内领先

近年来，招行在打造财富管理的专业性与定制化服务方面取得了较好成效。自2007年推出私人银行服务以来，经过7年多的发展，招行已经构建了以专业的投资顾问服务为核心竞争力的服务体系，搭建起品种齐全的开放式产品平台，打造了从“市场研究观点”到“投资策略”到“大类资产配置”到“产品组合选择”以及“绩效跟踪检视”的全面资产管理与产品服务能力，并提供满足高端客户需求的增值服务体

数据，招行私人银行客户数超过29219户，管理的私人银行客户总资产超过6621亿元，在客户数和管理总资产上成为国内的领头羊。

此外，招行建成了国内第一个银行资产配置系统，该系统是其财富管理专业能力建设方面的核心竞争力之一，其“金葵花”客户可享此项量身定制化的资产配置服务。



招商银行济南分行官方微信