

□记者 崔凌琳

猴年收尾,金鸡报晓。在辞旧迎新之际,您会收藏哪些宝贝,给2016年画上圆满句点,让2017年倍添声色,让您的财富达到快速升值的目标?

金条?金砖?金币……

2016年,“黑天鹅”事件频发,投资者避险情绪升温,对于贵金属的资产配置需求大增;而同样是2016年,国内居民收入不断提高,人们对于保值增值的投资理财产品的需求越发迫切。邮储银行顺势布局贵金属,为市民投资者打开了黄金投资、收藏的另一扇大门。



瞄准资产配置需求布局贵金属 邮储银行黄金系列 吸引宁波藏金一族

贺岁金钞、黄金压岁钱最吸引眼球

记者昨日从邮储银行宁波分行获悉,继《邮储有福羊年贺岁金》《邮储有福猴年贺岁金》之后,中国邮政储蓄银行发行的第三张生肖邮票贺岁金——《邮储有福鸡年贺岁金》目前已启动预定,吊起了一大批甬城收藏爱好者的胃口。

据了解,鸡年贺岁金钞由Au999黄金铸制,每枚重1克,每套2枚,主画面是由北京奥林匹克运动会吉祥物“福娃”设计者韩美林创作的2017《丁酉年》生肖邮票,背面为故宫博物院清乾隆年皇家趋吉纳福、工艺价值最高的掐丝珐琅天鸡尊。同时还特邀国画大师、书法大师范曾亲笔题写“邮储有福”产品名称,邮票设计家姜伟杰艺术指导,并加入了变光效果、镭射工艺、全息防伪工艺等先进防伪技术。这是邮储银行在2017年丁酉鸡年来临之际发行的以黄金为载体、融合了中国

传统生肖文化及生肖邮票文化的“邮金合一”贵金属纪念产品,将生肖动物形象与“福”字相结合,演绎美好的生肖送福寓意,让收藏者得以文化的享受、收藏的乐趣和质量的保障。

事实上,早在上月,邮储银行在北京举办发布会,联合北京故宫文化服务中心推出《“邮储有礼”鸡年黄金压岁钱》。以寓意福祿的葫芦为造型,采用黄金材质打造,每枚重0.2克,全套5枚的鸡年黄金压岁钱同样受到市民的广泛青睐。

由于制作精良、优美,且喜气,无论是贺岁金钞还是黄金压岁钱都成为不少市民投资收藏、节日送礼、投资保值的意向目标。

市民张先生一早就瞄上了鸡年贺岁金钞,早早地来到网点预约,他表示,“压岁钱源于皇宫,是皇家贵族为孩子‘压岁祈福’特制的钱币,从前

年起,我就买到了该行的首套《邮储有福羊年贺岁金》,随后就想,每年都收录一套,给孙子做压岁钱之用,这不仅是一种美好的新年祝福,更是对传统文化的一种时代认同和回归。”而记者在该行柜面看到,已经在售的《“邮储有礼”鸡年黄金压岁钱》更是运用了当下流行的AR技术,压岁钱正面图案能够随着角度和光线的改变变换颜色,整个画面绚丽多彩,让小朋友在拿到压岁钱、收到祝福的同时,还可以在手机上与Q版的“小皇帝”“小娘娘”趣味互动,让新年更添乐趣。

据悉,邮储银行“邮储有礼”黄金压岁钱系列开山之作,全国限量发行50万套的《“邮储有礼”鸡年黄金压岁钱》目前已在甬城正式上柜,市民可前往邮储银行全辖各网点购买,同时,亦可提前预订于1月5日正式上市的《邮储有福鸡年贺岁金》。

邮储银行宁波分行荣获 2016年“金融知识普及月” 先进单位称号

本报讯(记者 崔凌琳) 记者日前从人行宁波中心支行获悉,邮储银行宁波分行荣获2016年“金融知识普及月”暨“金融知识宣传服务月”活动先进单位,与此同时,宁波市金融消费者权益保护协会还授予该行先进会员单位称号。

据悉,该行为进一步加强公众金融知识宣传教育,结合当前正在开展的网点转型、反洗钱宣传等活动,进一步普及金融知识,提升消费者金融素养和安全意识,强化消费者金融安全意识,履行邮储银行普惠金融的社会责任。

统计显示,全辖共计307个网点,1029人次参与了本次活动,发放宣传资料7.8万余份,开展活动受众超过10万余名。

记者了解,此次金融知识宣传工作主要以小微企业、农民、城镇低收入人群、贫困人群和残疾人、老年人六类特殊群体为对

象,根据不同群体消费者金融需求,采取进社区、进企业、进商场、进乡村、进校园等形式开展金融知识普及活动;通过增强金融消费者金融风险和法律意识,引导其正确运用金融知识维护自身合法权益,强化其金融法律观念,提升法律金融素养,共同创造和谐的金融环境。

又讯 随着金融产品不断增多,征信已悄然走入百姓生活,受到越来越多的关注。为履行社会责任,增强消费者对征信知识的系统了解和信用意识,邮储银行宁波分行在2016年的最后一月开展“诚信文化四方”,向金融消费者宣传个人征信知识,保护消费者权益。

12月,各网点按照宣传主题,开展不同的活动。客户在网点厅堂内通过宣传折页、电子广告机、LED显示屏了解征信知识,向工作人员面对面具体咨询,同时宁波分行还通过微信公众号开展宣传。



未来,文化类、题材类黄金产品将大放异彩

据世界黄金协会发布的三季度《黄金需求趋势报告》显示,受全球经济、政治和社会不确定因素持续加剧的影响,投资者持续增加黄金这一战略性资产的配置,今年三季度黄金总投资需求同比增长44%,达到336吨。得益于市场的变化,多家银行纷纷布局贵金属,加码业务推广,邮储银行首当其冲。

承继了百年邮储的历史渊源,如今的邮储银行已经占领行业内的多项“第一”:国内网点规模最大、网点覆盖面最广、服务客户最大等。而邮储银行在近年发展历程中,贵金属业务犹如一匹“黑马”,迅速为邮储银行注入新的功能,冲出了一条创新特色的发展道路。

随着大众生活水平的提升,人们对贵金属尤其是文化类产品的需求逐步增大。于是,自2014年实物贵金属业务开通后,邮储银行借鉴同业的成功经验,

结合自身的实际情况,坚持走具有邮政金融特色的发展战略,积极抢占市场、借鉴学习、不断创新,逐步做大贵金属业务市场,为广大邮储客户带去更多元化的金融投资选择。

据悉,目前,该行贵金属交易渠道包括:柜面、理财规划系统、网上银行、电话银行、客户独立交易端等。就在邮储银行实物贵金属业务开办短短一年多的时间里,全年累计成交金额超过2.7亿元,实现了邮储贵金属业务发展的“开门红”。

大幅增长的贵金属业务量离不开优秀的产品营销案例。记者了解,根据行内客户特点,该行每季度都会结合市场需求推出不同类型不同定位的项目产品,其中,文化类、题材类成为业务发展亮点。比如,2015年初上市的《邮储有福羊年贺岁金钞》一上市就赢得了广大客户的喜爱。该行宁波分行个金部相关负责人介绍,

“贺岁金钞不仅是中国邮政储蓄银行发行的第一张生肖邮票金钞,也是集邮票与贵金属于一体的创新产品,这枚金钞以邮储惠民精神为出发点,将‘福’文化、生肖文化与中国传统春节相融合,极具邮储特色,可谓是我行贵金属业务打造出一张品牌名片。”

除此之外,记者了解到,2016年,邮储银行推出了自有品牌金产品“邮储金”,这是中国邮政储蓄银行自行设计的实物黄金产品,带有“中国邮政储蓄银行”标识,委托知名黄金加工企业铸造,每个产品均配备了国家金银制品质量监督中心出具的专业检验证书。该行人士表示,未来,中国邮政储蓄银行将延续邮储银行特色的产品研发线,将文化类、题材类产品的优势放大,结合消费者需求,在传统文化的基础上大胆创新,实物贵金属业务将不断助力邮储银行拓宽“普惠金融”之路。