

普及金融知识 营造和谐金融环境 包商银行宁波分行积极开展 金融知识普及宣传活动

为强化银行业消费者金融安全意识,提升基础金融知识和防范风险的技能,促进构建公平、公正、有序的金融市场环境,包商银行宁波分行积极开展了金融知识普及宣传活动。该行高度重视金融知识普及宣传的重要意义,成立了由分行行任组长,各相关部门负责人任成员的宣传领导小组,并积极与监管部门保持密切沟通,及时反馈相关信息,有序保持相关宣传活动的顺利开展。

9月1日开始,该行统一在网点门楣发布活动标语、网点海报机发布宣传图片、网点公众教育区摆放宣传折页,充分利用营业网点设置的“公众教育区”作为宣传教育的主阵地,大堂经理向广大客户发放相关宣传资料,重点普及消费者日常生活中所需要的金融基础知识,深得客户好评。

为进一步扩大金融知识宣传,该行还组织各营业网点根据自身实际情况,针对不同群体开展层次鲜明、具有特色的教育活动。开展了进社区、进市场、进学校等现场宣传活动,有的网点到大学校园周边,向大学生发放宣传资料,增强他们对有害网络借贷业务的甄别、抵制能力,远离校园贷非法侵害,有效保障个人信用和财产安全。有的网点组织开展了“我是小小银行家”活动,引导少年儿童学习基本金融知识,介绍人民币防伪特征识别技巧,教他们树立正确的理财观念,合理进行消费。

同时为了加强员工对金融消费者权益保护有关知识的了解,该行还向全行员工



印发了《金融消费者权益保护典型案例》和《金融知识普及读本》以及《金融知识50问》等宣传教育材料,要求员工认真学习有关知识,让员工在向金融消费者宣讲金融知识前首先要做到自身业务素质的提升,从而更好地维护消费者合法权益。

为做好活动的多方面宣传推广,该行积极通过微信公众号平台,发布金融知识普及宣传的相关内容,先后发布了“反假币”、“网络安全”、“大学生金融手册”、“了解银行自助设备”、“信用卡使用安全”、“银行业务录音录像”等有关内容,引导消费者了解相关金融知识,防范金融风险,维护自身合法权益。

该行系列宣传活动受到了广大客户的欢迎和好评,进一步强化了金融消费者的权益保护意识、宣传普及了金融知识、倡导了理性消费和风险意识,提升了客户的防诈骗能力。

一汽丰田销量突破600万辆 正式推出安享管家计划

近日,由一汽丰田举办的“感恩有你为伴”品牌日活动在北京的古北水镇落下了帷幕。新老车主及媒体嘉宾共聚一堂,见证了一汽丰田第600万台车主诞生的激动时刻。在现场,一汽丰田重磅发布了全新的安享管家计划。

在长城脚下举办这场活动,寓意“爱如城池,坚固、不可动摇。一汽丰田同消费者相伴相随,直到永远。”

此次一汽丰田品牌日活动以“感恩有你为伴”为主题,分为“乐活”、“印象”、“颂歌”和“月色”四个篇章,向宾客们展示了“感恩”的内涵。此次活动上,一汽丰田让宾客尽情体验众多民间手工艺,包括将现代“卡罗拉蓝”与古老扎染相结合的专属定制、一汽丰田LOGO的剪纸工艺、绘制了荣放造型的年画、巧手编织了威驰造型的风筝以及带有皇冠画面的灯笼制作过程。各个环节都传递着一汽丰田对每款车型、每处细节设计的独具匠心。

全新“安享管家计划”开启了一汽丰田新的篇章。安享管家计划从客户需求



出发,打造全新的人·车·生活全程呵护体系,并与时俱进倾力打造新车、服务、二手车三部曲,旨在为客户提供全流程、全方位的安心呵护。

与此同时,针对保有客户的关爱也做了进一步解读,今后将进一步优化对客户维修保养“多、快、好、省”的承诺,实施精细化管理,并进一步强化价值链的管理与保障,建立基于客户、车、生活的生态圈,有效地将一汽丰田的商品和服务告知客户,在客户的用车生命周期,为客户提供全方位的多样化服务等。

包佳

福特途睿欧商务舱宁波惊艳上市

近日,欧系大7座MPV福特途睿欧商务舱在宁波区域上市,官方指导售价为26.58万元人民币。新车在自动挡车型上重点增加了众多智能化和个性化的配置,进一步诠释了“大空间”、“大动力”和“大舒适”的特点,服务新生代商务精英对更高层次商务出行的多样化需求。

以“智享升舱、大有可为”为主题的福特途睿欧商务舱上市发布会来到宁波,再度掀起销售高潮,12位客户顺利成为福特途睿欧大家族的新成员。

福特途睿欧运用颠覆传统的2+2+3的大格局造车理念,长/宽/高分别为4976/2032/1990毫米,比传统MPV宽8%、高12%;动力上采用福特2.0T Eco-

Boost的发动机,高效澎湃,满足商务人士对于高效动力和节能环保的双重需求;RAS后空气悬挂为车内的每一位乘客提供“全员尊享”的舒适乘坐环境。

值得一提的是,福特途睿欧近期推出全国免费试驾活动,消费者只要打开福特途睿欧官方微信,进入后选择企业试用并填写预约信息报名,幸运的客户将有机会获得工作人员送车上门试驾机会,加入深度体验福特途睿欧的队列。此外,福特途睿欧推出“指定MPV车主5000元置换补贴”及“24期‘0’利率”购车优惠,让更多消费者以更具性价比的成本感受欧系大7座MPV的魅力。

包佳

平安银行宁波分行 积极开展“金融知识进万家” 宣传服务月活动

为积极履行保护消费者合法权益主体责任,持续提高消费者风险识别和防范能力,构建更加和谐稳定的金融消费环境,平安银行宁波分行于2017年9月开展以“正确使用金融服务,依法维护自身权益”为主题的金融知识公益宣传活动。

活动期间,平安银行宁波分行认真部署、精心安排,充分发挥支行网点的辐射作用,针对当前银行业推行“专区双录”、加强校园贷管理和防范电信网络诈骗等重点内容,重点面向老年客户、高校学生、社区居民、外来务工人员及农村居民等群体开展宣传,并组织队伍走进社区、企业、商圈和校园,举办设点咨询、知识讲座、有奖问答和调研等精彩纷呈的活动,以群众喜闻乐见的方式,将金融知识送进千家万户,受到社会各界的欢迎和好评。活动中,该行还注重运用微信等新媒体,结合自助设备、网银、手机口袋银行等多种渠道,构建多维度、多形式的金融知识普及模



式,有效提升了活动受众面和影响力。

扎根宁波近20年,平安银行始终以服务大众、回馈社会为己任,本次“金融知识进万家”是该行积极建立公众教育服务工作长效机制的重要举措,充分展示了平安银行宁波分行保护金融消费者权益的承诺和决心。未来,平安银行宁波分行将继续开展好金融普及宣传,履行公众金融教育服务的社会责任,让更多金融消费者从中受益。

香约二十年,二百再出发 二百成功举办“岁月恒美”新店开业 20周年庆暨品牌形象升级发布会

9月19日,二百“岁月恒美”新店开业20周年庆暨品牌形象升级发布会成功举办。在此次发布会上,宁波二百全面启动全新LOGO、SLOGAN,随着“岁月恒美”广告语的横空出世,二百也正式启动“婚庆主题百货”经营战略,并且启动了“岁月恒美”婚庆品牌联盟计划。

在当天的庆典上,诸多的嘉宾欢聚一堂,共同见证了二百新店开业20周年庆的重要时刻。今年是宁波二百新店开业20周年、建店67周年。从1997年9月新店开业至今,宁波二百以“与时俱进,敢为人先”的精神,先后进行了多次经营结构的大调整,从而逐步实现与竞争对手的错位经营,逐步展现出自身的经营个性。目前,二百初步形成了以黄金珠宝、床品经营为龙头、以服饰经营为重点的经营格局。

宁波二百总经理黄炎水说,随着大型“一站式”购物广场的兴起,网购消费的日益成熟,传统百货行业要生存、要发展,必须要有自己的特色和亮点,而二百在十几



张峰 摄

年坚持不懈的动态调整中逐步展现出自己的经营个性。目前,二百已经形成了以黄金珠宝、床品经营为龙头、以服饰经营为重点的经营格局。二百在一次又一次的转型变革中,逐步看到了“婚庆”这块细分市场的潜力,市场有需求、有潜力,二百有条件、有基础。因此,主打婚庆主题是宁波二百今后经营的努力方向。

包佳

被信任是件幸福的事 家乐福承担社会责任

8年前,家乐福中国推出DP直采,从“田间”到“篮头”,惠民到家的一站式服务给了消费者眼前一亮的直观感受,蔬菜价格下来了,菜品有保障了,农民开心了。

此时,因为优质的产品要输出给全国范围内的门店,没有完善的体系难以支撑整个项目。“家乐福农民创业扶持项目”应运而生,为家乐福基金会与四川省扶贫基金会栋梁工程分会在汶川地震之后,以支援灾区重建、助力灾区扶贫为契机共同探索出的精准扶贫项目。该项目受古训“授人以鱼不如授人以渔”启发,由家乐福基金会投入200万元人民币,通过农民专业合作社组织,对农民进行专业技能培训,对有资质的社员发放1—3万元不等的小额无息贷款,帮助其投入生产,发挥主观能动性积极脱贫。

8年来,家乐福中国不断寻找良田厚土,边远地区有大片的良田待开发,让农民们不用再走南闯北,可以留在山里安家

致富;不断与政府组织农民培训,系统化解决了产销问题、资金问题,安定了农民的心,保障了优质的产品。

“绵阳关帝土鸡项目”、“玫瑰花技能培训项目”、“羌绣技术培训项目”、“安岳科学养兔项目”和“雅安市天全县山葵种植项目”、“雅安市荣经县天麻种植项目”、“巴中市通江县空山黄牛养殖项目”、“巴中市通江县青峪猪养殖”和“巴中市通江县巴山红猕猴桃种植项目”九个子项目。共计开展农民技能培训1679人次,获得项目无息贷款有334人,发放项目无息贷款资金573.5万元,无息贷款资金回收率达到90%,多个项目成功带动周边农户种养殖发展,创造直接和间接总产值达4720余万元,实现净利润248万元左右,户均增收2.2万元左右。

公益无大小,爱心无大小,家乐福在哪里,民生便在哪里。

包佳