

系统被挤崩,开售即秒没……

龙年纪念币钞 预约火爆

日前,中国人民银行公告称,定于2024年1月3日起预约发行2024年贺岁普通纪念币、钞,全国发行数量分别为1.2亿枚、1亿张,2024年贺岁币每枚面额10元,2024年贺岁钞每张面额20元。

预约的龙年纪念币、纪念钞,你抢到了吗?1月3日晚,宁波众多纪念币爱好者设好闹钟等待拼手速,身份证号、手机号样样齐活了,就等点点手机屏幕了……但现实是卡机了。相关话题还登上了微博热搜。

2024年贺岁纪念钞、纪念币图案



正面图案

背面图案

1月3日22:00,宁波市友圈的粉丝们守着闹钟准时进入银行的指定页面预约龙年纪念币,结果挤崩了服务器。当晚,记者也准时登录建行、交行、农行的预约页面。交行是微信小程序预约页面,显示结果是小程序根本打不开页面;建行预约页面也是同等情况。最后,记者打开农行APP,首页置顶区是预约页面,点击进入却同样卡机。经过反复刷新,终于在22:15左右刷到了预约页面。

有网友表示,银行客户端的预约界面多次刷新打不开,偶尔打开几次,身份证号码、手机号码、验证码都输入成功了,到选择兑换网点的页面,却刷不出来了。更让人抓狂的是,等到预约界面正常打开,额度已经都是“0”,没有可约的了。

有网友称:“往年都能约五六个人的,今年真难约,手机都快冒烟了,才约了2个人……”

然而,这还不是最惨烈的,更激烈的“厮杀”是在22:30启动的龙年纪念钞的预约中。记者在手机端反复刷新至23:00也没有成功。当然也有成功预约到的,币友圈的大神们表示,预约成功的秘诀是,直接在网页端预约。当大部分人在手机端刷不出兑换银行网点时,网页端却有大量的兑换数量可以看到。

此次发行的纪念币、纪念钞,与现行流通人民币职能相同,与同面额人民币等值流通。纪念币每人预约兑换限额为20枚,纪念钞每人预约兑换限额为20张。预约、兑换、核实

的有效身份证件必须为第二代居民身份证原件。

抢到的小伙伴记得兑换时间:2024年1月9日至1月15日。公众可按照约定的时间,持在预约系统中登记的有效身份证件,前往约定的预约承办银行网点办理预约兑换业务。

据悉,2024龙年纪念钞为央行第7次发行的纪念钞,也是第二张龙年纪念钞。

在此之前,央行发行的6款纪念钞分别为1999年“中华人民共和国成立50周年纪念钞”、2000年“千禧龙钞”、2008年“奥运钞”、2015年“航天钞”、2018年“人民币发行70周年纪念钞”、2021年“冬奥钞”(一套两张)。

在二手交易平台,龙年纪念币和纪念钞一套(20张或20枚)的价格均上涨。不少卖家写明“取出后邮寄”。在直播平台,也有商家出售封装版本,一枚纪念币和一枚纪念钞的组合套装售价88元。

据悉,纪念钞的价格与发行量密切相关。业内人士介绍,2000年发行的100元面额的“千禧龙钞”,发行量为1000万张,火爆时价格高达3000元/张。即便是现在,售价也达1600元/张左右。10元面额的2008年“奥运钞”,发行量更少,仅600万张,巅峰时价格曾涨至6000多元/张,目前价格约2200元/张。2015年之后发行的三种纪念钞,发行量都超亿张,溢价较小。

记者 周雁

中信银行联合中国国家地理举办“春日来信”艺术展 邀您共赴一场冬日里的春暖花开



“春日来信”艺术展揭幕仪式

2023年12月29日,年末岁尾,中信银行联合中国国家地理打造的“春日来信”艺术展在北京西单更新场正式揭幕。本次展览以自然界的周期更替为灵感,借助四个自然意象呈现万物生生不息的状态,为经济周期之中的个体和集体注入复苏活力,传递中信银行以超越银行金融价值的社会价值,履行国有金融企业担当,以多层次、多样化的跨界合作“浇筑”经济回稳向上的信心。

与此同时,中信银行与人民网联合推出的主题视频《春日来信》,以一场冬日里的春暖花开,在神州大地奏出美好未来交响乐,唱响中国经济光明论。同期,中信银行信用卡的联动展将落地深圳福田区Coco Park商场。此外,中信银行还将联动分支机构,在上海、南京、宁波、福州、济南、郑州、南宁、重庆、成都、西安十个城市设置打卡点,带来更多互动体验。

在揭幕仪式上,中信银行副行长谢志斌表示,天地有大美而不言,本次“春日来信”艺术展是一次人与自然的美好对话,也是一场传递温暖和希望的精神之旅。在四封春日来信的背后,不仅是中信银行人对自然和世界的独特观察与理解,也是中信银行基于“让财富有温度”品牌主张,打造的更“接地气”、更“有生气”、更“聚人气”的品牌活动,从而进一步助力人民群众信心回升,助推实体经济发展。

谈及此次合作的背后,中国国家地理杂志社执行总编单之蔷表示,自然界里周期现象普遍存在,昼夜交替,四季轮转。通过观察自然界的周期,给科学发展提供了很多启示和智慧,而中信银行所处的金融领域也有客观存在的周期。本次展览通过自然界中由冬至春的微妙变化,见微知著地展示了自然周期节律的力量,期待传递给人们希望和信心。

循着春天的脚步 让艺术润泽人心

作为具象化的表达方式,艺术作品不仅能够传递社会和文化的信息,还能让人们直观地感受到美好与真诚,进而获取思考的启迪。本次展览正是以“翠竹破土”“松鼠冬眠”“微雨识节”“春暖花开”四个现象为切口,讲述自然周期变化规律,对话不同阶段的人群:鼓励人们像春竹一样,沉住

气向下扎;像松鼠一样,遇困境藏实力;像春雨一样,识时节而后动;像望春花一样,机会前先人一步,知春意敢争先。

中信银行自2022年品牌焕新后,持续围绕“让财富有温度”的品牌主张,深化在文化、音乐、体育等领域的跨界合作,赋予金融服务以更丰富的内涵。“春日来信”艺术展不仅是中信银行探索金融+文化服务融合发展的一次新尝试,也是中信银行和中国国家地理的首次品牌级合作,双方将基于各自的资源优势,借助文化和艺术的力量传递对未来的期待和信心。

踏着时代的浪涌 让信心回暖经济

作为国有金融企业,中信银行一直致力于履行社会责任、传递正能量,并持续以高质量发展的实际行动和成效,为中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业做出新贡献。不久前召开的中央经济工作会议提出要加强经济宣传和舆论引导,改善社会预期,巩固和增强经济回升向好态势。本次“春日来信”艺术展正是中信银行以“暖人心、提信心”的创新形式活跃市场、激发期待的具体实践。

为响应国家扩大内需的政策,中信银行2023年重点开展了一系列服务实体经济的业务举措。比如,持续加大信贷投放,尤其是向普惠、民营、制造业、涉

农、绿色金融、战略性新兴产业等重点领域倾斜,不断提升服务实体经济质效;制定支持民营经济发展壮大26条举措,建立重点民企档案卡跟踪服务机制,为中小企业和民营企业提供更加便捷、高效、安全的金融服务。在服务实体经济业务的同时,中信银行还积极推动线下消费复苏。2023年12月上旬,中信银行手机银行上线的“有温度的资产负债表”,正是基于全生命周期财务规划的资产配置方法,帮助更多中国家庭实现财务目标。

值得一提的是,在“春日来信”艺术展期间,中信银行推出的信用卡“支付满立减”“扫码支付享立减”活动覆盖众多城市商圈消费场景,持卡客户可获得消费满减、积分抵现等专属优惠。本次“春日来信”艺术展览所在地北京、深圳,两地特色商圈中覆盖大量优惠活动商户,特为前往参展的持卡客户提供消费福利。

信 轩



“春日来信”艺术展现场