



“固收+”理财受投资者青睐

本报记者 王丽华

随着银行理财产品收益持续下调，“固收+”产品因创新满足投资者风险分散兼具收益的多元化配置需求，越来越受理财机构关注，“固收+黄金”“固收+可转债”等理财产品密集上线，正在成为理财机构“留客”的新尝试。

记者走访我市多家银行网点了解到，“固收+”理财产品因其具备安全性与相对较高的收益率，而受到市场青睐，成为投资者的新宠，也是各大商业银行主推的产品之一。

在利率下行趋势下，“固收+”策略产品具有债券投资打底，权益类资产增加收益弹性的特征，成为不少投资者资产配置的选择。“今年的投资心态改变了，以求稳为主。”市民曹女士表示，在存款利率走低的情况下，会重点考虑低风险、过往收益稳健的固收类理财产品。我市一家国有商业银行的理财经理告诉记者

者，近期，有多位客户把存款拿出来买固收类理财产品，想着可以提前锁定较高收益，把投资期限拉长。也有客户从现金管理类产品中赎回资金转投“固收+”理财产品，其中选择180天持有期的客户较多。

采访中记者还了解到，在传统固收类资产收益率接连下行的背景下，简单的存款、国债等品种已难以满足大部分人的资产配置需求，市场急需更具收益弹性的“固收+”类资产。目前“固收+”产品主要配置的辅助资产为权益类、资管产品、金融衍生品等。今年上半年，黄金价格持续走高，不少机构相继推出挂钩黄金或者配置黄金资产的理财产品。另外，少部分产品也会配置优先股和可转债等资产。此外，在当前复杂环境中，“固收+可转债”产品通过结合固定收益的稳健性和可转债的弹性，提供平衡风险与收益的策略选

择，受到机构和投资者的广泛欢迎，多家理财机构开始加大布局配置权益类、混合类产品。

对于普通投资者来说，应将安全性放在更重要的位置，不要盲目追逐高收益理财产品。追求稳健收益的投资者一方面可尽量缩短投资期限，如一部分资金投放现金管理类产品，捕捉新的投资时机；另一方面，考虑拉长投资期限，选择三年期、五年期的产品，通过时间抚平短期的收益率下降波动。

目前来看，定期存款的利率仍有下降的空间，投资者可适当减少资金配置的比例，缩短定存的期限，等待权益类市场出现新机会时能及时转出。此外，在了解了不同理财产品属性的前提下，投资者应基于自身投资能力、风险偏好、可投资资产等多方面因素，进行多元化资产配置，并合理分配资产配置比例。

建行动态

建行大同分行领导深入基层支行调研

本报讯 8月6日，建行大同分行领导来到建行浑源支行走访调研，了解支行业务发展、员工队伍建设，并与基层员工座谈，倾听一线心声。

调研中，行领导首先对建行浑源支行在业务领域的卓越表现给予了高度评价。近年来，该支行在推动业务创新、优化服务流程、提升客户满意度等方面取得了令人瞩目的成绩，为建行大同分行的整

体发展作出了重要贡献。

为了更直接地了解基层员工的工作与生活情况，行领导深入一线，与员工进行面对面座谈交流。座谈会上，行领导耐心倾听员工的心声，一一解答员工提出的各项诉求，并强调，青年员工在推动银行发展中具有重要作用，当代青年是与新时代同频共振、共同成长的中坚力量；是开创美好前景、创造美好生活的生力军；是

与新时代同向同行，开创美好前景、创造美好生活的主力军。

此次调研活动不仅加深了领导团队对基层工作的了解与认识，也为建行浑源支行未来的发展指明了方向。接下来，建行浑源支行将继续保持昂扬向上的精神风貌，为建行大同分行持续健康发展贡献力量。

（丽华 徐倩 海楠）

建行大同分行举办新入职工座谈会

本报讯 为充分发挥业务骨干“传帮带”作用，引导新员工提高综合素质和业务能力，帮助新员工快速融入建行、尽快胜任岗位，8月8日上午，建行大同分行举办了新入职工座谈会。

会上，已入职4个月的新员工代表立足自身成长经历，与其他员工交流了心路历程和工作心得；刚刚结束培训的新员工代表依次作了自我介绍，分享入职感受，

从个人实际出发，畅谈学习心得和未来期望；新锐员工代表分享了自己在工作中的经历和感悟；团青工作代表分享了团青工作的意义、成就及个人收获。随后，3位基层网点主要负责人以自身成长为例子，对新入职工进行勉励，大家敞开心扉、畅所欲言，现场气氛热烈。该行高级客户经理在听取青年员工的发言后，将自己30多年的工作经验总结为6句话送给在场员工，分

别为：“勤于学习不懈怠、敢于担当不退缩、苦于磨练不浮躁、精于工作不马虎、融入团队不独行、勇于争先不气馁”。

座谈会在轻松愉快的氛围中结束，新入职工表示，将虚心向各位前辈学习，苦练业务技能，掌握各项业务知识，尽快适应工作岗位，做一名合格优秀的“建行人”。

（左语 张彦超）

建行煤炭支行开展主题宣传活动

本报讯 为进一步加深群众对支付结算业务的了解，深刻认识电信网络新型违法犯罪的危害性，连日来，建行煤炭支行通过多渠道、多形式，持续开展以“共同维护消费者权益 建行结算业务伴您同行”为主题的宣传活动，让支付结算以及消费维权走进千家万户。

加强员工培训，提高思想认识。为切实筑牢员工结算业务知识基础，该支行采取“线上+线下”等多种形式开展培训，提升员工业务能力。

守好宣传阵地，营造宣传氛围。该支行充分发挥网点优势，切实守好网点宣传阵地，通过在厅堂内悬挂宣传海报、发放宣传页，室内室外LED屏滚动播放“共同维护消费者权益 建行结算业务伴您同行”“拒绝高利诱惑，远离非法集资”等宣传标语，不断筑牢反诈金融防线，推动结算业务宣传工作高效开展。

走进百姓生活，提升活动质效。在立足“厅堂宣教”的同时，该支行还组织

员工走上街头，深入社区，走进商超企业等场所，通过悬挂横幅、发放宣传彩页、现场讲解等形式，向过往群众宣传支付结算业务及各类电信网络诈骗防范等内容。

下一步，建行煤炭支行将持续践行“消保为民”理念，主动承担社会责任，常态化开展形式多样的支付结算宣传教育活动，积极弘扬金融正能量，为营造安全稳健的金融环境贡献建行力量。

（丽华 杨磊）

政保携手 推动财险产品服务创新



座谈会现场

8月6日，在阳光保险客户服务节收官之际，由我市金融管理部门、财政部门组成的调研团深入阳光财产保险股份有限公司大同中心支公司（以下简称大同阳光）开展走访调研，了解企业经营现状，助力企业高质量发展。

座谈会上，调研人员肯定了大同阳光关于“发展稳中有进，践行高质量发展”的承诺，希望大同阳光继续围绕科技、能源、农业和文旅消费“四大赛道”，立足当下，在关注风险防范的同时，聚焦保险主业，发挥优势创新。随后，双方重点就农业保险创新进行了深入交流。调研人员总结了地方特色农险发展现状，回顾了近年来全市取得的成绩，通过充分调动各家保险主体的创新积极性，进一步促进、撬动当地经济发展。此外，调研人员着重听取了“大棚作物完全成本创新性农业保险”创新思路和进展情况。

接下来，大同阳光将持续探索开发契合农户需求的农业保险创新产品，在保障农民收益等方面发挥积极作用。

（丽华）

联名信用卡陆续停发 市场面临新的调整

近日，《关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知》（简称“信用卡新规”）正式结束了两年过渡期，进入全面实施阶段，多家银行密集停发部分信用卡产品，其中以联名信用卡为主。信用卡再次成为行业关注的焦点。

“合约到期”是联名信用卡停售的原因之一。记者在某股份制商业银行发布的公告中看到，该行与联名卡合作方协议即将到期，经与合作方沟通确认，停售相关联名卡产品属于正常经营行为。针对已关停的联名卡用户，该行会通过卡片转卡或产品升级继续为客户服务，充分保证客户的权益。

“停售部分联名信用卡也是出于消费者需求及市场情况变化。”我市一家国有商业银行的工作人员告诉记者，根据消费者需求及市场变化情况，他们也在对信用卡产品升级优化及结构调整。

除上述原因外，信用卡新规的全面实施，也对联名信用卡合作方有了更高要求。信用卡新规明确指出，银行不得直接或者间接以发卡数量等作为单一或者主要考核指标，对单一客户设置本机构发卡数量上限，连续18个月以上无客户主动交易且当前透支余额、溢缴款为零的长期睡眠信用卡数量占本机构总发卡数量的比例在任何时点均不得超过20%。

多重因素影响下，联名信用卡会销声匿迹吗？记者走访发现，多家银行在停售活跃度较低“联名信用卡”的同时，也在发售新的“联名信用卡”，但不难看出，银行已经转变运营策略，信用卡业务开始深耕特色场景需求，如增加消费场景，实现多平台合作等，以满足日益变化的消费需求。

（左语）