

# 游人景区购票“被保险”

何女士:搭售行为扫了兴



本报讯 10月10日,刚刚上班的市民何女士在整理钱包时,看着里面的两份保险依然感到十分不爽。原来,她在景区“被保险”了。原来快乐的出游心情被这两份莫名其妙的保险影响。

据了解,何女士今年刚结婚。由于平时工作比较忙,没有出去旅游,她和丈夫就想在十一长假里到附近景区去转转,趁着这个机会好

好放松一下。10月2日,在我市一景区,工作人员告诉他们门票是每人60元。于是何女士掏出200元现金递给了售票员。由于售票处人比较多,何女士接过门票和找回的零钱后直接进了景区。

在中途休息时,何女士在钱包里看到两份保险,每份5元。急脾气的她一下子就火了:“哪有这样的事儿,景区卖保险也不告诉我一

声,征求一下我的意见,直接就把保险卖给我了,我连到底保的哪些具体内容我也不知道。”

10月11日,笔者看到何女士手中的两份保险。这是两张“无线终端短险销售保险凭证”,每份保险的保险费是5元,保险责任是意外险,保险金额为60000元。在投保须知中,有一条是“客户可通过本公司网站或客服电话索取相关条款及《人身保险残疾程度与保险金给付比例表》。也就是说保险具体的保障内容需要游客去自助查询。

那么,景区这样出售保险合适吗?关于保险的购买,游客拥有哪些权利呢?河南春来律师事务所程建祥律师说,无论是跟团还是市民单独出行,在景区购买保险时,旅行社或景区都应该事先征求游客的意见,不能在游客不知情的情况下,景区就把保险卖给游客。

程建祥律师进一步解释,对于出游的人来说,买一份保险就多了一份保障,这本身是一件好事。但如果景区隐瞒或者强卖保险给游客,游客就可以投诉景区,维护自己的合法权益。(王红梅)

# 人保财险独家支持法国“龙马”来华巡演

本报讯 由中国人民财产保险股份有限公司独家提供保险服务的纪念中法建交50周年——法国大型机械表演装置“龙马”巡游表演活动新闻发布会日前在京举行。据介绍,此次演出是习近平主席在今年3月访法期间与奥朗德总统共同商定的。作为中法建交50周年系列活动中的最大亮点,“龙马”将于10月17日至19日在北京奥林匹克中心区广场隆重演绎“女娲补天”的经典传说。

“人保财险是演出活动主办方指定的唯一一家提供保险服务的支持单位。”人保财险相关部门

负责人称,作为中国财产保险业金字品牌,人保财险长期参与国家多项重要的文化交流和体育赛事活动的保险合作,致力于为经济社会发展提供专业优质的保险服务。此次人保财险将为“龙马”及中、法方演职人员在运输和演出期间提供包括货物运输险、财产险、人身意外伤害险等在内的全流程的风险保障及服务。不仅如此,对于演出结束后陆续开展的国内外巡演活动,人保财险也将继续提供保障全面、响应迅速的保险服务支持。

(柳粉霞 王红梅)

# 彩民效文平与他的玩彩小组



体彩07028号投注站站主效文平

多次听说我市彩民效文平玩彩有一套,好奇的笔者数次约访,都被告之没时间,忙着玩彩、旅游、学习……10月10日,终于约到了效文平。

当天下午,在市区光明路南段的07028号投注站,一身休闲装扮的效文平接受了笔者的采访。

## 玩彩14年,从门外汉到内行

“从2000年开始,我就开始接触彩票,到今年已经14年了,也算是一个老彩民了。”效文平说,体彩是从2000年10月份开始发行的。从那个时候起,他就注定和彩票结了缘。并且成为平顶山第一批体彩彩票投注站站主,如今,07028号投注站也是他们玩彩小组的大本营。

“体育彩票,听名字就充满了阳光和活力,所以从体育彩票一上市,我就开始关注,慢慢地就成了一个地地道道的彩民。”效文平说,刚接触彩票时没有经验,和很多彩民一样,他也是一个数字型彩民,所选的号没什么技术含量,更不懂分析,只是根据自己的感觉来选择幸运号码,比如自己的生日、车牌号等。你别说,隔三岔五还就会中个奖,但奖金一般不多,最小的5元,最大的奖也才500元。

“真正的转变是从去年开始

的,从去年开始,我才算是一个真正意义上的技术型彩民。”效文平说,他最拿手的就是“竞彩”。而且他在猜的过程中,把复杂的竞彩游戏化繁为简,化难为易,从来不猜比赛比分,只猜胜、平、负三个结果,让“竞彩”结果通俗易懂,慢慢地越来越多彩民接受了他推荐的“竞彩”玩法,他就是凭借这个“绝活”,让自己月入5000元以上。

“现在我的手中光彩民的银行卡就有四五十张,最多的时候达到五六十张,我的账上钱最多的时候有100多万元,全都是彩民玩彩挣的奖金。”效文平说,2012年,他的投注站升级为“竞彩”站点,但是那个时候他也是两眼一抹黑,面对变化莫测的球队比分他束手无策,更别说从“竞彩”中挣钱了。2013年,效文平参加了市体彩中心举办的培训课程。几次下来,效文平对“竞彩”有了一个全新的认识,渐渐地学会了把复杂的竞彩游戏化繁为简,化难为易,他的“竞彩”开始扭亏为盈,如今他的月收入都在5000元以上。

## 带领彩民玩彩一起掘金

看到效文平从竞彩中掘到金,原来犹豫不决的彩民也开始跟着他从竞彩游戏中寻宝。于是他们有了“玩彩小组”。

“每次我都自己先投注,然后把自己的投注结果告诉彩民,让彩民自己选择怎么投,跟多少金额。”效文平说,由于他的“竞彩”结果准,不少跟随他的彩民尝到了甜头,他的玩彩小组人越来越多,并且把“竞彩”作为自己一个理财项目来做。他开通QQ、微信等,方便和彩民进行沟通。一些老彩民索性把信用卡、储蓄卡都放在他那里,密码也留给他。★

(王红梅文/图)

# 工行平顶山分行成功办理全省首笔“银政通”业务

本报讯 近日,工行平顶山分行第一笔“银政通”业务正式落地签约,1900万元贷款资金于当天转入借款人某橡胶制品有限公司账户。

据介绍,“银政通”业务是工行业于2014年推出的,由该行与地方政府合作,以产业集聚区小微企业为融资对象的个性化融资方案。该方案工行业于2014年3月批准河南省分行首期办理,工行平顶山分行为河南省分行第一批办理试点分行。为积极支持平顶山市小微企业经营发展,切实解决产业集聚区、工业园区入园小微企业融资难、融资贵、无法提供有效抵押的现实问题,平顶

山分行以推进“银政通”业务作为契机,加快方案的落地。

“银政通”业务批复后,工行平顶山分行行长、主管副行长在全市产业集聚区各类会议、工作场所积极推介该业务,并向市领导详实介绍工行支持产业集聚区企业的做法和“银政通”的业务优势,取得了市委、市政府主要领导的重视和赞同。市委领导将市财政局、工行平顶山分行作为快速推进该业务在我市推广的责任单位,并写入市委书记会议纪要,作为市政府2014年督办项目。

在“银政通”业务推介初期,工

行平顶山分行与主办支行一起对我市化工园区入园客户进行认真筛选、细心甄别,并经“助金池”管理机构推荐,在取得总行、省行信贷政策与技术支持后,得以快速发起流程,在贷款审批后两日内将贷款发放到位。

“橡胶制品”贷款的落地,既是第一笔“银政通”业务的结束,也是该行不断创新支持小微企业融资需求新的开始。下一步该行将快速推而广之,在全市其他产业集聚区、工业园区开办此业务,加快做大客户规模、融资规模。

(王永记 王红梅)

# 工行平顶山分行强化风险管控提高资产质量

针对当前异常严峻的信贷资产风险防控形势,工行平顶山分行紧紧围绕经营转型工作重心,强化信用风险防控,切实提升风险预警和对市场风险的掌控能力,进一步加大违约、欠息及不良贷款清收处置力度,防范化解信贷业务风险,确保信贷质量持续优化,为该行经营转型奠定坚实基础。

严格落实“绿色信贷一票否决制”。对融资客户,严格进行环境与社会问题调查,在信贷管理系统中录入绿色信贷标识,在贷款调查、评级授信、审查审批、合同签订等环节中,及时查询客户绿色信贷分类情况。严格绿色信贷分类标准,实现绿色信贷管理对整个流程的全覆盖,确保“绿色信贷”政策得到贯彻落实,确保所办理的公司客

户贷款全部为环保合格企业,信贷业务均符合国家产业政策,贷款质量得到保障。

加强贷后工作的及时性、合规性管理。加强贷后管理工作,确保贷后工作不流于形式,通过贷款发放后的跟踪检查,为贷款风险处置提供依据,提高贷款风险处理的及时性、有效性。加强对客户贷款使用的监督和贷后检查,及时跟踪客户经营状况,对借款人的履约情况、经营情况、信用状况、现金流及销售收入归行等情况进行检查,严防贷款被挪用、资产被转移、担保被悬空,防范贷款风险。

严格落实贷款劣变责任制。明确支行行长、主管信贷业务的副行长以及信贷客户经理对所辖信贷资产质量应承担管理责任,对客

户经理明确提出劣变后管理要求。落实新发生不良贷款责任评议管理要求,对贷前调查、评级授信、押品、审查审批、签批、贷款发放、贷款核准和贷后管理等业务全流程进行逐笔核查,由下向上逐级、逐环节认定责任,不断提升履职的自觉性。

推进实施资产质量先进行行动计划。该行按月召开以资产质量管理为主要内容的联动管理会议,定期会商和研究信贷业务发展及资产质量提升中存在的突出问题,制定并部署资产质量提升的具体措施。从8月份起至年底,在全辖区范围内组织开展集中清收处置逾期和不良贷款活动确保完成省行下达的信贷资产质量管理目标。(李进军 王红梅)

# 工行宝丰支行积极推广汇贝生活卡产品

汇贝生活卡是由工行河南省分行与北京汇银丰网络技术有限公司共同发行的国内第一张O2O功能的联名卡。此款联名卡除具有工商银行普通借记卡的所有功能外,还享有汇贝生活O2O平台的刷卡打折、消费返券、手机支付、现金券、储值卡等功能,覆盖郑州、北京、上海、广州等40多个城市,尊享

餐饮、娱乐、休闲、购物、酒店等5000多家特约商户优惠服务。

工行宝丰支行依托该行有效的客户群和商户资源,加大汇贝生活卡销售推广力度,将此产品作为打造“便民、利民、惠民”的综合服务体系,构建新一代互联网服务平台,提供“一站式生活服务体验”的有效载体。注重把握好营销推广

策略。特别是针对经常外出的客户,重点介绍持汇贝卡优惠特权服务,从而吸引客户办理汇贝卡。

汇贝卡在该行得以有效营销推广,主要是源于该行找准该产品独特优势,有效发现目标客户,充分关注其潜在金融需求,并不断提升专业化营销服务水平。

(刘世阳 王红梅)

# 信托产品热度高 高端客户成主流

2014年信托业继续保持稳定的增长态势,客户投资信托理财产品热情持续高涨,信托产品热度依然居高不下。

截至今年6月末,信托业管理的信托资产规模达到12.48万亿元,比去年底的10.91万亿增长14%,其中来源于普通合格投资者(非金融机构和个人)的投资3.85万亿元,占比30.85%。大部分个人投资者单笔认购金额都在300万元以上,信托客户的高端化已初步显现。

客户结构日益高端化主要有两方面的原因。首先政策导向方面,银监会2007年出台信托业“新两

规”初步明确了信托客户高端化的定位,而2014年4月发布的“99”号文进一步定位信托公司是为客户提供资产管理和财富管理的信托机构。其次市场需求方面,经济环境等多方面因素使得信托公司拥有庞大的潜在高净值客户群。

据了解,中原信托正在按照“稳增长、促转型、强营销、控风险”的战略思路,持续推进业务转型发展,加大创新研发力度,不断丰富业务及产品体系,以满足高端客户的多元化金融理财需求。(王红梅)

