

金融诈骗手段再升级 骗子冒充银行直接打客户电话

本报讯 近日,不少市民反映收到“银行”打来的电话,“好心”提醒市民有一封重要邮件需要查收。这真的是银行方面的电话,还是骗子的新招数呢?

市民小张说,5月21日上午,她在上班时接到了一个号码为“+375955 x x”的电话。电话提醒她有一封重要邮件需要查询,查询请按“9”,后来还要确认一些别的内容,“我一听不对劲,以前老听说骗子冒充银行发短信什么的,这个感觉也有点像。后来,我一听还要确认其他内容,就直接给挂掉了。”她仔细研究了号码,发现如果不认真看,很容易看成“0375955 x x”,由于平顶山的区号是0375,再加上后面银行的服务热线,就会真的认为是银行打来的电话。

对此,建行平顶山分行的一位工作人员称,这个电话一看就是假的,银行工作人员给客户打电话时会提前报自己的工号,不会直接让按数字键确认。这两



年的“短信诈骗”越来越多,这个应该是“电话诈骗”。幸好市民小张提前挂了电话,如果继续接听下去,估计会让链接什么网

址,或者提供其他重要的个人信息。如果不小心按照骗子的提示进行操作,很容易掉入事先设好的陷阱。

这位工作人员提醒广大市民,千万不要随便链接不明网址,登录银行网址要选择正当的网站,以免上当受骗。(王红梅)

建行信用卡在港发行近50万张

本报讯 建设银行去年底起在我国香港地区发行“中国建设银行”统一品牌信用卡,截至2015年4月末,发卡量近50万张。

除IC信用卡的基本金融功能外,建设银行根据香港市场的特点,发展了包括时代广场、新鸿基地产广场、崇光百货、百老汇电器、海洋公园、苏宁电器等知名商户在内的100多家实体特惠商户以及Agoda、GROU-PON、G-Market等网上商户,提供礼金回馈、礼品赠送及门票折扣等优惠服务。为香港客户量身定制的“PayPass”感应式支付功能,拍卡即付,无须签名,充分契合了当地市场快节奏的消费需求。此外,为了进一步利用内地及香港地区的资源,香港和内地客户可以在两地特惠商户享受同等优惠待遇,互通有无、互惠互利,促进了两地市场消费交易额的增长。

今年,建设银行将加大在香港市场的投入,陆续为当地的信用卡客户提供包括观影、观剧折扣购票等在内的“衣食住行娱”全方位优惠金融服务。(李绍林 王红梅)

建行构建全方位 互联网金融体系

本报讯 最近,前往中国建设银行网点办理业务的客户发现了一个新“玩意儿”:只要使用建行手机银行客户端扫一扫建行善融商务上产品的二维码,就能轻松购买相关产品。

这项该行结合移动互联网趋势推出的特色服务,将深受消费者喜爱的“正牌、价优”大众产品筛选出来制作成购物海报,引导客户利用在网点办理业务的闲暇体验善融购物,体验电子银行。

善融商务只是建行布局互联网金融蓝图的一个组成部分。近年来,建行积极探索创新,构建了全方位互联网金融体系,包括“三大网络渠道”、两个生活平台、O2O体系、三个创新产品和三项智能技术。作为国内第一家推出手机银行业务的商业银行,建行手机银行用户数、交易额、客户活跃度等多项指标持续多年保持同业第一。

(李绍林 王红梅)

农行平顶山分行助力中小企业创汇

本报讯 5月20日上午,农行平顶山分行国际金融业务产品推介会在神马大酒店二楼会议室举行,我市20多家中小企业参会。据悉,今年前4个月,该行人民币结算业务总额6.2亿元,贸易融资4亿多元,有力地支持了我市中小企业走出国门。

当天推介会的主旨是如何

让更多的中小企业走出去,由农行河南省分行国际业务部经理夏樱主持,平顶山远航实业有限公司、平顶山生威餐饮公司、平顶山宏昌五金公司等20多家中小企业参加推介会。

本次推介会以产品推介为切入点,向企业介绍国际业务产品及服务功能,加强银企交流,增进银企感情,稳定优良客

户群体,拓宽更大合作空间。推介会上,通过产品推介、互动答疑等环节,银企双方进行深入交流与探讨,取得了预期效果。

平顶山远航实业有限公司的参会代表说,该公司成立近20年了,一直从事蔬菜出口业务。听了金融专家对国际业务的介绍后,她更多地了解了定

单融资、出口商业发票融资等知识,相信会对以后的进出口业务有更多帮助。

据介绍,该行目前为我市30多家中小企业提供跨境人民币结算、融资等国际金融业务,有效降低了中小企业运行的资金成本,每年为中小企业提供金融服务资金3亿多元。

(王红梅)

农行托管产品率先实现 QDII 与“沪港通”双通道投资

本报讯 近日,农业银行托管的汇添富恒生指数分级基金(QDII)成功通过“沪港通”实现港股投资,成为业内首只实现QDII和“沪港通”双通道投资香港市场的资产管理产品。

日前,中国证监会发布《公开募集证券投资基金参与沪港通交易指引》后,国内投资者投资香港市场热情高涨,QDII投资额度迅速用尽。农业银行托管的该基金面临巨额申购而QDII

额度不足的问题,汇添富基金公司提出增加“沪港通”投资通道,该行随即积极响应、加班加点,仅用一周时间就圆满完成了系统测试、投资监督、监管报告等各项准备工作。

此次在同业中率先实现QDII产品参与“沪港通”交易,充分彰显了农业银行托管产品的创新和服务实力,有效提升了托管服务的品牌形象和市场地位。

(边钢领 王红梅)

建行首推“跨行付” 布局电子支付市场

本报讯 近日,建行推出“跨行付”功能——商户仅需与建行一家银行合作,即可完成所有银行卡的线上支付受理。业内人士表示,建行此举意在加速布局电子支付市场。

据建行平顶山分行相关人士介绍,跨行付打通了银行与银行间、个人与企业客户间、PC与移动端间的壁垒,打造“跨银行、跨客户、跨渠道”的一站式支付服务,抢滩电子支付市场。跨行付有利于改变支付机构为主导的竞争格局,为银行形成大量的直连商户,并在用户为王的互联网时代竞争格局中占据有利地位提供基础。“通过该应用一点接入,商户的所有线上交易数据均在我行沉淀,为未来通过数据挖掘及与其他业务结合,提升客户价值贡献打下良好基础。”

(黎磊磊 王红梅)

工银“融e联”助你迈进金融社交时代

全民移动社交时代已然到来,如何利用互联网营销自我包装是金融界面临的挑战。

工商银行巧妙地利用互联网思维武装自己,用基于移动社交平台的即时通信应用“工银融e联”(以下简称融e联)满足用户的切实需求,激活网点、客户经理、客户等,成为工行打造e-ICBC至关重要的一环。

求新思变,粉丝营销见成效

作为工商银行e-ICBC互联网金融品牌三大平台之一的融e联,一经上市就成为媒体焦点。融e联强化了线上线下一体化功能,可以让用户随时随地享用7×24小时的贴身金融服务。工商银行各相关部门如工银个人金融、工银私人银行等也在融e联开设服务号,推送权威消息,让用户实时掌握最新理财金融信息。

为与用户拉近距离、提高附加价值,融e联里的各大服务

号各展奇招。“工银个人金融”服务号放弃枯燥无味的金融语言,放下身段,塑造了一位接地气的金融大师——大金,风趣幽默教金融,借势营销,玩UGC(全称为User Generated Content,中文释义:用户生成内容),借互联网东风重塑工行形象。

娱乐战术,真诚“拥抱”用户

在e-ICBC互联网金融产品发布会上,工行内部人士戏称自己的行长为“易布斯”。融e联里“工银个人金融”服务号自称“大金”,跟粉丝打成一片。这无疑表明了工行在互联网营销上的态度——金融为本,娱乐到底。

为了推广“融e联”,工银个人金融服务号精心推出了“三羊开泰”线上互动游戏,让各方都能买账:游戏形象突破传统银行守旧风格,吸引客户靠拢互联网传播热点;使用奖

品刺激,引发大范围的用户自发传播。推广期间,40余万人参与游戏,页面被浏览65万余次。

全线调动资源,玩转“O2O”

三羊开泰游戏原本为了推广融e联而生,却因为推广者的传播思路,将意义扩大化——线上增加用户好感度,推广融e联;线下提供用户娱乐方式,增强网点服务用户体验,提升工行整体品牌形象。

巧用互联网思维,调动各方积极性

三羊开泰更为巧妙的地方是调动了客户经理的参与性。每位用户每天拥有三次玩游戏机会,一旦玩满,输入客户经理的营销代码即可多玩一次。这一措施大大刺激了用户联络客户经理的主动性,强化了沟通关系。随后,传播中陆续推出各种如何获取营销代码的攻

略,通过微信、微博、工银融e联三大平台渠道强强联合,再度让客户经理与工行用户之间的黏性增强起来。

前路漫漫,自我革新再接再厉

今年两会以来,互联网+金融口号越发嘹亮。工银融e联的“三羊开泰”运用创新的粉丝营销,让个人金融服务及融e联在这一轮的社交浪潮中尝到了甜头,使用量及品牌忠诚度逐步升高。

作为首家推出金融类即时通信软件的银行,工行已经尝到了互联网金融的甜头——类似金融社交的垂直社交时代已经来临,金融这一细分市场的黏性更大,非普通社交可比,社会化营销在这一领域的潜力等待各方挖掘。

工行接下来还会带给我们什么样的惊喜?我们拭目以待。

(王水记 王红梅)

