

邮储银行传来喜报——

个人储蓄存款余额突破 10 万亿元!

本报讯 1月29日,邮储银行通过“邮储银行+”公众号发布公告,该行个人储蓄存款余额突破10万亿元。

邮储银行目前拥有近4万个营业网点,服务个人客户超过6亿户。一直以来,邮储银行定位于服务“三农”、城乡居民和中小企业,扎根广袤沃土,用脚步连接千家万户,致力于为中国经济转型中最具活力的客户群体提供服务,并加速向数据驱动、渠道协同、

批零联动、运营高效的新零售银行转型。该行以客户至上、积极开放、拥抱创新的经营策略,始终坚持为客户创造价值,持续深化“用户引流、客户深耕、价值挖掘”三位一体的发展模式,创新科技助力,实现业务发展提质增效,让金融服务没有距离。截至2021年末,邮储银行管理零售客户资产(AUM)超12.5万亿元,服务个人客户超6亿户,VIP客户超4000万户。

邮储银行相关负责人表示,此次存款余额突破10万亿元大关,离不开客户的长期信赖和支持。10万亿元大关的突破,是一段成绩的结束,也是另一段旅程的开始。未来,邮储银行将积极发挥网络优势,深耕个人客户金融服务,加快发展财富管理,开展客户分层经营,精选绩优产品,战略升级财富管理体系,切实为客户创造价值。

(亚滨)

建行新春送情谊 六重好礼六重喜!

本报讯 笔者从建行平顶山分行获悉,即日起至3月31日,所有持有建设银行银行卡的客户均可参与绑卡送好礼活动,福利多优惠多,红包高达149元。

一、微信支付首绑领 13元立减金(合计)

所有未在微信支付绑定过建行卡的客户,信用卡首绑客户可领8元微信立减金,储蓄卡首绑客户可领5元微信立减金;

二、支付宝首绑领 13元红包(合计)

所有未在支付宝绑定过建行卡的客户,信用卡首绑客户可领8元红包,储蓄卡首绑客户可领5元红包;

三、美团支付券包天天领

所有未在美团支付绑定过建行卡的客户,首绑建行卡客户可领最高40元券包(合计);已绑客户每天可领取最低25元券包(合计);

四、京东支付首绑领 20元支付礼包(合计)

客户通过“中国建设银行”手机银行APP中的“一键绑卡”入口,首次使用中国建设银行卡在京东支付绑定成功,即可获得20元京东支付大礼包。

五、拼多多支付首绑领 10元权益(合计)

所有未在拼多多支付绑定过建行卡的客户,信用卡首绑客户可领5元立减权益,储蓄卡首绑客户可领5元立减权益;

六、抖音支付首绑领 12元红包(合计)

所有未在抖音支付绑定过建行卡的客户,信用卡首绑客户可领6元红包,储蓄卡首绑客户可领6元红包;

绑卡支付,真的会省钱,低至0.99元购36元微信立减金等你来领取。中国建设银行持银行卡(借记卡或信用卡)的客户可以进入“惠省钱”活动页面,抽取优惠购买价格,成功支付后即可获得微信立减金。满5.01元使用5元微信立减金;满3.01元使用3元微信立减金;满2.01元使用2元微信立减金;满66元使用6元微信立减金。即日起至3月31日,扫描下方二维码即可参加“惠省钱”活动。



以上活动送出的立减金、礼包、抵用券,数量有限,送完即止,快来领取吧!更多便捷服务和精彩活动欢迎登录建行手机银行体验,服务全、活动多、优惠大、操作易,建行手机银行让您足不出户尊享智慧生活。(王伟伟)

想要超萌的冰墩墩雪容融?

办理中国银行北京2022冬奥主题信用卡 消费达标即有机会获赠!

中国银行作为冬奥会唯一官方合作银行,独家限时发行冬奥主题信用卡(VISA、银联双标识),助力冰雪运动!

冬奥主题信用卡包括金卡、白金卡、无限卡三个卡等级;

产品权益:1.消费达标即有机会获赠冰墩墩、雪容融吉祥物套装。截至2022年3月31日,在截止日前办卡、卡片激活后,完成连续三个自然月每月消费满足1笔199元,即有机会获赠冬奥官方吉祥物手办一套,全国20万套,先到先得。

2.指定快捷支付渠道消费5倍积分。截至2022年3月31日,持卡人一次报名即可使用北京2022冬奥主题信用卡,通过微信、支付宝、京东、云闪付、美团、唯品会快捷支付渠道进行消费,在该自然月内每消费人民币1元可获得中国银行信用卡交易积分5积分。每名持卡人每个自然月最多获得3万积分。

扫描下方二维码即可申请冬奥主题信用卡! 详询 0375-2762160 (王鹏)



抓实“重营销、重服务、重走访”三项举措 宝丰农商银行冲刺首季“开门红”

本报讯 从开门红工作年前启动以来,宝丰农商银行紧紧围绕开门红目标任务,抢抓双节期间旺季营销,通过抓实“重营销、重服务、重走访”三项举措,全力迎战开门红。

明确目标任务,制定营销策略。开门红工作启动以来,宝丰农商银行各网点开通绿色通道,利用晨会时间学习低成本存款营销话术,分享先进揽储经验,合理安排人员充当大堂经理,引导客户办理定期存款并为客户答疑解惑,与客户形成有力互动,实现一体化综合营销,让客户进有所得,

出有所获。

发挥自身优势,提升服务质效。该行充分发挥“人熟、地熟、产品丰富”等优势,大力优化厅堂营销服务,通过大堂经理、柜面人员主动服务、热情营销、开展厅堂微沙龙等方式,确保每一位客户手中都有产品宣传册,都知晓存款活动。同时要求临柜人员柜面营销“张张嘴”,学习掌握柜面营销技巧,在办理业务时,做到顺势营销、适时营销。

做好防疫工作,走访扩展客户。该行在充分做好厅堂消杀和员工自身安全防护下,抽

调专人积极走访辖内村组干部和本地创业带头人,做到“三进”,即宣传进村、员工进群、服务进户,通过建立优质客户微信群、电话回访等形式,全力对接优质客户群体,真正将服务送出去,把客户请进门,把业务留下来,推动开门红揽储工作驶向“快车道”。

下一步,该行将立足实际,继续开展形式多样、内容丰富的活动,不断拓展营销广度,梳理客户资源,扩大宣传范围,做到金融服务不断档,创造业绩新高地,实现“开门红”各项业务的全线飘红。(秦亚昭 张伟伟)

春节假期 非现金支付 每分钟近 15 亿元 有你的贡献吗?

本报讯 2月7日,央行发布的2022年春节假期支付业务监测数据显示,综合主要商业银行、支付机构和清算机构数据测算,2022年春节假期期间(1月31日至2月6日)全国非现金支付业务量为208.4亿笔、金额14.9万亿元,较去年同期分别增长10%和16.2%。据此计算,春节假期全国平均每分钟非现金支付14.78亿元。

分领域来看,春节假期期间,社会公众在购物、餐饮、出行、休闲娱乐等场

景下支付业务量持续增长。其中,假日经济叠加春节促销活动带动购物消费稳步增长,零售类商户支付金额较去年同期增长22.9%;春节期间亲朋聚会等餐饮消费需求旺盛,餐饮类商户支付金额较去年同期增长29.6%;铁路、航空、公交、地铁等交通行业商户支付金额较去年同期增长18.8%;酒店住宿类商户支付金额较去年同期增长26.9%,笔均支付金额增长23.7%,整体呈现高品质住宿特点。(程维妙)