

建设银行启动“理财季” 助力居民善理每一分财富

为贯彻落实党中央、国务院对金融服务实体经济,加大减费让利力度等有关要求,中国建设银行发挥理财平台综合服务作用,在全国正式启动“理财季”,自10月12日起理财季系列主题活动陆续登场,为居民量身打造推出涵盖理财、基金、保险、贵金属等在内的60余款重点产品,通过减费让利,开设趣味任务、大咖直播等优质活动,充分发挥金融工具优化社会资源配置,助力居民财富管理,服务国内大循环,支持实体经济健康发展。

□东方今报·猛犸新闻
记者 刘继忠
通讯员 于晓洋 焦志磊



携手各方推动社会经济长远发展

数据显示,我国居民在家庭资产配置结构中,房产资产配置占比远高于发达国家,对更具长远投资价值 and 更高安全边际的权益类、结构性金融理财产品,配置比例不足。

中国人民银行调查报告显示,我国居民家庭资产以实物资产为主,住房占比近七成,住房拥有率达到96.0%;金融资产占比较低,仅为20.4%,居民家庭更偏好例如存款等无风险金融资产。

对比来看,美国居民家庭房产占家庭总财富的比重约为30%,金融资产占比接近70%。我国居民资产流动性较差,多数财富“沉淀”为难以变现的固定资产,存在流动性风险,转化为消费的难度很大。

建设银行通过本次“理财季”,不仅能顺应居民高速增长的理财需求,不断增强居民消费能力、驱动消费升级,更能发挥金融工具优化社会资源配置作用,携手业内多家金融机构引导社会资本向金融资本的转化,服务国内大循环,支持实体经济转型发展。

除上述专属优惠活动之外,建设银行还利用数字化工具和专业能力,通过建生态、搭场景,联合四十家基金管理公司精选产品,推出电子渠道申购与定投优惠活动,携手社会各界让服务更精准、体验更优秀、惠民更实际。

升级淬炼商业银行数字化经营能力

建设银行顺应数字经济发展趋势,坚持“建生态、搭场景、扩用户”的数字化经营思路,积极探索数字化经营模式。据悉,此次“理财季”是建行四季度数字化经营的重要内容,与自去年年底在全行范围内开展的“兴建行旺行”活动形成首尾呼应之势。

在实践中,建设银行在经营理念上,开启了从以产品销售为中心到以客户体验为中心的转变,实现了“客户洞察、双向互动、精准触达、千人千面”;在营销模式上,经历了从单点推送营销到互联平台、构建场景、营造生态的革新,实现了“全链路、全渠道、全天候”的全域营销;在战略推进上,经历了从分兵作战到跨区域、跨条线、跨部门、跨层级的统筹协同。

“理财季”也被定义为建设银行数字化经营打法的试金石和练兵场。据悉,建设银行于2018年创新推出龙财富服务平台,致力解决财富管理专业能力不足、人力不足等问题,经过两年持续迭代升级,已初步具备财富体检、智能投顾、财富资讯、资产负债全景图等一揽子投资理财功能。

“龙财富”、“云工作室”等一系列建行数字化服务工具将为“理财季”专业服务能力提升提供有效支撑保障。建设银行将财富体检作为洞察客户投资理财需求的逻辑起点,发挥智能投顾产品收益稳健、体验优良等特点,通过线上线下全渠道有效承接理财季的客户服务,不断增强长尾客户服务能力和配置准度,建设银行客户经理云工作室服务平台将通过专业的远程服务能力,将线上服务的便捷性与客户经理服务的专业性互动性合二为一,不断提升客户体验和客户信任。①

多项举措助力居民财富管理

居民的收入水平直接关系到居民的消费能力,消费能力又影响消费预期和消费信心。随着经济社会稳步发展、居民财富持续积累、人口老龄化加速演进,居民的投资意识逐步增强、理财习惯不断形成。

国家发改委等23个部门联合发文,明确要求“稳定和增加居民财产性收入”。今年年初,银保监会发布《关于推动银行业和保险业高质量发展的指导意见》。《意见》指出,各银行机构应加大培育客户长期投资理念,促进居民储蓄向资本市场长期资金有效转化,提高居民储蓄资产管理效率,让金融更好地为现代经济体系建设服务。

为民理财,助民生财。不断做大做强投资理财业务,有效捕获用户投资理财需求,为居民提供量身定做丰富多样的理财产品服务,是商业银行履行社会责任和现实发展的必然要求和重要途径。

建设银行依托自身数字化经营优势,以“理财季”为切入点,加大减费让利力度,降低居

民资产配置成本,从今年10月12日起至12月底陆续推出理财季专享服务,为包括“年轻学子”、“职场青年”、“新锐中产”、“家庭掌柜”和“小城精英”等不同年龄阶段,以及不同社会背景和风险偏好的投资者,一方面在活动期间不断推出更高安全边际、更专业、更智能的金融产品与配套服务,另一方面还通过设立“理财季主会场”线上互动专区,以丰富的投资者教育内容,新鲜有趣的活动任务配套丰富的实用奖品,吸引广大金融消费者参与线上互动树立正确的财商意识。

在基金产品方面,“理财季”为不同客群针对性匹配产品服务,重点推出精选长期绩优权益类产品,精选长期业绩稳定的“固收+”产品,以及养老公募基金产品,推出四大专属活动,即精选长期绩优权益类产品,开展定投费率1折优惠活动;精选长期业绩稳定的“固收+”产品,开展申购费率1折优惠活动;对有养老需求的客户,开展养老公募基金产品申购、定投费率1折优

惠活动;联合建行子公司建信基金,共同推出建信基金旗下产品申购、定投费率1折优惠活动。

在理财产品方面,建设银行精选多款“压箱底”的拳头产品,除传统优势自营理财产品“恒赢”、“开鑫享”、“惠享”系列以外,还联合建信理财子公司,推出参与科创板和创业板打新的“创鑫”、追求稳健回报的“睿福”FOF等理财产品,通过多种策略大大丰富投资者的理财“菜篮子”。值得一提的是,深受客户喜爱的低波动现金管理策略明星产品“龙宝”,也将在“理财季”上线推出快赎功能,实现申赎灵活和实时到账,大幅提高投资者的资金效率。

此外,建设银行在“理财季”还将联合建信人寿、建信财险子公司,以及多家龙头保险机构,共同推出十余款重点保险产品,并将推出保险知识线上公益讲座,向大众普及保险知识。贵金属产品方面,除持续加强前期已向市场推出的“故宫瑞兽”系列爆款贵金属产品供给外,还将陆续推出更多经典的建行金、金钞等产品。