

以茶兴旅 以旅促茶

苏州碧螺春茶叶节暨太湖文化旅游节开幕

3月21日下午，“眼底江南 心上吴中”2019苏州吴中洞庭山碧螺春茶叶节暨太湖文化旅游节开幕式在吴中万达举行。据悉，一系列护茶兴茶措施将全面实施，同时太湖文化旅游节系列活动拉开帷幕。

去年是“洞庭山碧螺春”的丰收年。洞庭山碧螺春以42.06亿元品牌价值位居全国区域公用品牌十强第三位，当年实现产值2.7亿元，成为吴中区促进农民增收、乡村产业振兴的重要抓手。此外，在中国茶叶流通协会组织评选的首批“中国制茶大师”（绿茶类），吴中区两位制茶大师上榜，这是继非遗文化传承人之后，吴中区茶人获得的又一项重要殊荣。

开幕式上，知名茶企中茶公司与吴中区签订战略合作协议，双方将在提升碧螺春品牌影响、拓展产销渠道等方面持续深化合作。这也是该企业今年再次牵手吴中，据介绍，今年2月份，该企业将2019年苏州洞庭山碧螺春茶全国产销推介会选址东山镇，并在东山镇设立了中茶公司洞庭山碧螺春茶原料基地。同时，为切实保护洞庭山碧螺春品牌，进一步规范吴中区茶叶生产经营秩序，保障茶农和消费者的合法权益，2019洞庭山碧螺春专项保护行动正式启动。部分知名茶企代表共同发起洞庭山碧螺春专项保护倡议，号



召企业家拧成一股绳、瞄准大产业、立足大品牌、胸怀大市场，共同促进碧螺春茶产业持续健康发展。

“好茶赠好人”是每年碧螺春茶文化节的一项重头戏，今年开幕式上再次邀请吴中籍“中国好人”共同品尝当年第一口新茶，并将现场炒制的新茶送到“好人”手中。目前，吴中区共有11位中国好人，爱心接力创造生命奇迹的唐米琴、邱以峰、割肾救夫的好妻子张苏玲、用心守护残童孤老的毛春宝等一批好人事迹感动着身边每一个人。“邀请‘中国好人’品第一口新茶，目的就是为了弘扬不忘初心的好人情怀，倡导争当好人的中国精神，好人品好茶、好事传天下，让‘好人必有好报’的文化信仰在吴中大地广泛弘扬。”吴中

区相关负责人介绍。

“碧螺春茶是吴中旅游向大家发出的第一张‘请柬’”。近年来，吴中区依托独具魅力的农业特色产业、深厚的吴文化底蕴和优美的太湖山水资源优势，持续打造吴中旅游品牌，加快构建吴中全域旅游产业发展体系，积极推进农业文化旅游融合创新。2018年全区接待游客2437万人次，旅游总收入359亿元。随着开幕式的举行，吴中太湖文化旅游节大幕也将全面拉开。据介绍，今年太湖文化旅游节将设置24个子活动，涵盖民俗、美食、体育等多个方面，游客朋友可以在一年四季都领略到太湖旅游的乐趣。

通讯员 黄继山 摄影 王永康

建设银行 积分可以当现金花了

“积分当钱花”听过吗？现在，在建行善融商城APP购物，家居家纺、洁净卫生、特色美食、文化玩乐等不少商品都支持建行综合积分抵现。

如何查询积分呢？据吴江建行介绍，通过建行善融商城APP和手

机银行都能查；打开建行善融商城APP——“我的”——头像下“综合积分”，或打开建行手机银行APP——“信用卡”——“积分兑换”——“查积分”。积分可以在支持积分抵扣的善融商品里，支付时选择积分抵现即可。

通讯员 吴建



创新谋变

随着利率市场化深入推进，金融脱媒不断加剧，客户需求日益多样化，使得传统银行业务在负债端、资产端及资本金方面承受巨大压力，过去以规模提升盈利的商业模式难以维继，盈利增长幅度放缓，商业银行转型发展迫在眉睫。其中通过转型降低资本消耗、深挖财富管理“金矿”成为当前商业银行转型的重要路径和盈利增长的新引擎。

2018年是资管业务回归本源的转型元年，国内商业银行的财富管理格局正在进行一轮新的调整。在资管“回归本源”的同时，单纯售卖“刚兑”理财产品的财富管理业务模式已经终结，同业之间的差异化将在未来逐渐显现。

作为国内率先推出人民币理财产品的商业银行，光大银行在银行转型的特色道路上“竖旗”，提出“打造一流财富管理银行”的战略愿景目标，通过理念创新、商业模式创新、科技应用创新及产品创新等在“大财富管理”领域走出一条自己的路。

瞄准财富管理

面对宏观经济新常态、监管形势趋严趋紧的大背景，基于市场变化和自身资源禀赋，中国光大银行将财富管理作为转型创新方向，并提出“打造一流财富管理银行”的战略愿景。

从市场变化层面看，中国财富

光大银行战略聚焦“大财富管理”

的迅速增长为银行的财富管理发展提供了有利的基础。据麦肯锡预测，到2021年，中国个人财富总量将达到158万亿元，其中富裕及以上家庭将达到2400万户，毫无疑问是中国财富管理市场的中坚力量。

同时，从中长期的趋势看，居民资产配置也日趋多元化，存款迁移已是大势所趋。根据麦肯锡分析，中国居民非储蓄的资产配置占比已经从2012年的32%提升至2016年的48%，且这一趋势仍将持续。更重要的是，在资管新规及配套细则的指导下，打破刚兑将让银行财富管理进入一个新时代。银行理财产品不再是一种期限错配的“类存款”，而是完全实现净值化管理，这对于银行投资能力、风控能力等方面均提出了更高要求，也将决定未来整个财富管理市场的格局。

从银行资源禀赋层面看，光大银行战略定位“打造一流财富管理银行”源自于内在的创新基因和多年在资管业务上的耕耘。作为国内率先推出人民币理财产品的商业银行，经过15年的理财探索，27年的发展积淀，光大银行的“阳光理财”在市场上竞争力一直领先同业，树立了中国银行业财富管理领域的先锋旗帜。

数据显示，2004年至2017年间，光大银行累计发行理财产品23万亿元，累计为投资者创造收益超过2600亿元。产品投资范围覆盖全球各大资产类别，在产品设计和交易

模式中融入本外币资产配置、衍生交易、资产证券化、动态保本技术等机制，为投资者提供全面的资产管理与财富管理服务选择。

截至2018年9月末，该行理财产品余额1.3万亿元，当年为客户实现收益超过500亿元，通过债券和投融资项目等为实体企业客户融资余额逾5000亿元，在为投资者创造稳健回报的同时，也有效地支持了实体经济的发展。

主动创新谋变

面对财富管理巨大的市场，光大银行董事长李晓鹏2018年提出了“打造一流财富管理银行”的愿景。在这一战略目标指引下，光大银行的“大财富管理”转型在核心内涵、客户范围、产品架构、渠道和服务模式等方面均有重大转变。在客户范畴方面，从个人客户拓展到公司客户、机构客户、政府客户；在产品方面，除传统的理财产品外，还包括现金管理、年金、资产证券化、投资、融资、租赁以及代理等；在服务渠道建设方面，物理网点与电子渠道并重。“总体看，财富管理市场的体量和增长空间有潜力。在中国市场，做财富管理应该是全面的财富管理，即在客户覆盖、产品设计、服务以及风控上都应该更丰富、更全面。”中国人民大学重阳金融研究院高级研究员董希淼认为。

李晓鹏提出，进入财富管理3.0

移动支付，便民惠民 ——中国光大银行阳光医保APP

2019年，阳光医保APP上线两周年啦！在社会各界领导的关心支持下，在各合作单位的共同努力下，经过两年多时间的培育，阳光医保APP已成功为30余万用户提供了便捷、高效的智慧就医服务，使用人次近40万，APP的发展逐步步入正轨。

两年前，当阳光医保APP首次登陆苏州的时候，合作医院仅有4家，注册人数仅千余人。经过短短两年时间的发展，目前阳光医保APP合作上线医院已有14家，总用户数已近30万，除苏州市区多家知名医院入驻平台之外，张家港、常熟地区医院也逐步连通接入中，不久，苏州大市居民都将享受到智慧医疗带来的便捷高效服务！

值此两周年之际，为回馈市民朋友两年多来对阳光医保APP的厚爱，光大银行推出一系列优惠活动，让APP用户尽可能多地享受实惠。

一是首次挂号费减免优惠。APP新用户首次在苏大附二院、苏州市立医院本部、科技城医院、理想眼科、明基医院使用阳光医保APP挂号，挂号费自费部分最高可减免12元。

二是阳光医保APP用户专属理财。光大银行将针对APP用户定期推出定制化专属理财产品，让用户了解光大银行的更多亮点产品。近期，光大银行推出“阳光医保2周年”专属理财，预期年化收益率4.65%，以看得到的收益切切实回馈新用户。

三是粮油水果大放送。年初光大银行对APP用户推出了食行生鲜时令水果1元特惠换购活动，受到广泛好评。接下来各类特色活动还将持续开展。①开通阳光医保二类电子账户或通过食行生鲜APP下载注册阳光医保APP的用户均可获赠精美礼品一

份。②在阳光医保APP内完成任意一笔缴费或充值的用户，均可享受1元换购时令水果的权益。

四是阳光医保用户“老带新”周周有奖活动。阳光医保用户邀请亲友注册阳光医保APP，根据注册客户数还可获赠相应价值的礼品。

阳光医保APP新用户还有很多增值服务，例如免费办理ETC、优先获得“阳光菁英会”社会实践参与名额等。后续光大银行还将推出更多精彩纷呈的优惠活动，如积分有礼等等。

为进一步优化使用流程，方便用户享受到更快捷的服务体验，近期光大银行还向社会各界发出“金点子”征集令，欢迎市民朋友通过拨打热线或线上回复等方式对APP的使用感受建言献策。

阳光医保APP是光大银行苏州分行与苏州人社、各医院合作开发的、可实现手机实时/预约挂号、医保卡支付、检查报告查询等功能的便民惠民应用软件。一个APP在手，用户不再为挂号难、取号难、缴费多次排队等问题犯难，巧用金融思维解决了民生实际问题，亲民、实在！

阳光医保APP支持纯自费及苏州市区、园区、张家港医保用户（其他区域医保参保用户陆续开通）注册使用，以上用户均含少儿医保用户。同时，开通流程也非常方便，用户可以在光大银行及各合作医院门诊大厅现场开通，还可以自行依照操作流程在线上完成绑定、开通。

光大银行苏州分行认真践行服务创新的经营理念，在便民领域助推智慧医疗发展，改善市民就医体验。随着阳光医保APP逐步走进苏州千家万户，必将惠及更多的市民百姓，也使得更多用户早日体验到智慧医疗安全、高效、便捷的就医服务。

通讯员 丁明华

时代，财富管理理念需要强调“大”

“真”“新”三大特征：“大”是指财富管理的客户更加广泛、产品更加多元；“真”是指回归财富管理的本源；“新”是指适应金融科技的发展趋势，财富管理进入高科技、智能化新时代。

2018年光大银行财富管理银行理财业务在产品净值化、投研专业化、风控全面化、基础设施科技化等方面进行了摸索和调整，其转型路径及发展策略更为明确，成为助力“打造一流财富管理银行”战略发展的样本。

具体而言，通过创新产品体系推动净值化转型。在净值化转型背景下，光大银行资管业务第一时间创设了完全符合资管新规要求的“七彩阳光”净值型产品体系，涉及多种资产配置类型和运作模式，深受广大投资者的青睐。其中阳光金日添利、阳光橙优选配置、阳光碧机构盈等多支产品均创下业内首发记录，在净值化转型进程中走在市场前列。

通过设立专业投研团队提升资管硬实力。2018年7月，光大银行资产管理部成立了光大银行首支“敏捷型组织”——光大资管研究团队，在研究方法上强调自上而下和自下而上结合，挖掘内外部研究资源，充分利用银行信贷经验和客户资源，建立了打通宏观、债券和权益的研究平台，形成了宏观-策略-行业-企业的“四位一体”研究体系，实现了从宏观到微观、从行业到企业、从股票到债券的全市场覆盖。该团队在服务内部投资决策之外，通过在公开媒体发表观点和政策解读分析报告，提升了“光大资管”的品牌效应，形成了一定的市场影响力。

通过打造全面风险管理坚实后盾。光大银行在积极推进资管转型的工作中，充分借鉴参考同业成熟资产管理机构的先进经验，科学制定制度规范，优化组织架构，进一步梳理业务流程，充分厘清信用评级、风险审批、投资交易、投后管理等各个业务环节的关系，合理设置岗位工作，确保各业务环节流转顺畅，同时避免多头工作，实现全面、全员、全程的风险管理，更好地适应净值型产品转型。

通过金融科技赋能银行资管转型。净值化下的银行资管新时代的正式开启，让银行资管面临的不是“弯道超车”，而是“换道竞争”。在“换道竞争”时，最紧迫的是要修好新的“跑道”，这个“跑道”就是支持资管业务转型的科技及运营体系。未来，银行资管是一个全新的开始，做好IT系统转型的顶层设计，按照“先规划后建设”的思路开展，最终实现设计一体化、功能特色化、实施阶段化，战略真投入。

“大势将至，未来已来。我们将坚持不懈，努力探索做好财富管理、服务大众，为财富管理理论与实践贡献自己的力量。”李晓鹏如是说。

通讯员 丁明华