

金融之窗

迎接十四运 金融在行动

——工行宝鸡分行全力做好“十四运”金融服务工作小记

李晓菲

随着“十四运”的临近，连日来，工行宝鸡分行已全面进入“全运会时间”，他们以客户视角为出发点、以客户体验为落脚点，积极打造“十四运”金融服务场景网点，全力做好“十四运”金融服务工作。

设置金融服务重点网点

“十四运”透明玻璃贴、透明磨砂贴整齐地粘贴在银行外的玻璃以及大厅内的咨询台上，带有运动风格的三角吊旗、地贴、腰条等随处可见。近日，走进工行宝鸡金渭支行，浓浓的“十四运”气息扑面而来。“为了迎接‘十四运’的到来，我们根据分行要求，对营业厅内外部环境进行规范化装饰。”工行宝鸡金渭支行相关负责人说。

据了解，为了全力做好“十四运”金融服务工作，保证客户视觉统一、体验一致，工行宝鸡分行结合城区网

点分布及“十四运”分会场设立情况，选择了金渭支行、清姜支行、政府广场支行、开发区支行、宝光路支行、高新大道支行、高新书香路支行、高新站前广场支行共八家网点，作为“十四运”金融服务重点网点，全面满足“十四运”期间客户的各种金融服务需求。此外，该行还统一制作了十四运透明玻璃贴、三角吊旗、地贴、腰条、咨询台透明磨砂贴等，并严格按照“十四运”标准，对八家重点服务网点内外部环境进行规范化装饰，保证网点对外服务形象统一规范，确保网点服务环境焕然一新，进一步改进了到店客户服务体验。

搭建“工行十四运便民驿站”

为切实做好“十四运”期间的金融服务工作，向社会公众展示良好形象和专业服务，工行宝鸡分行充分利用工行驿站主品牌，在重点服务网点搭

建“工行十四运便民驿站”，配置雨伞、充电器、饮用水、创可贴、药品、口罩、眼镜防雾喷剂、眼镜除雾纸巾、免洗手液等便民用品，为全运会志愿者、运动员、游客提供各类便民服务，在全力保障金融服务供给的同时，加强服务力度，把“工行温度”带给每个人。

此外，“十四运”期间，工行宝鸡分行还将全方位开展宣传工作，助推工行服务影响力提升，工行宝鸡分行充分利用全辖网点广告电子屏，在屏幕上统一投放“全运陕西 工行同行”宣传海报，并进行滚动播放，多渠道做好宣传工作，进一步提升工商银行服务影响力和口碑形象。



浦发银行宝鸡分行开展主题党日活动——

深思细悟学党史 笃行实干担使命

为优化组织建设，锻造党员队伍，激发工作动能，近日，浦发银行宝鸡分行再次组织全体党员开展主题党日活动，进一步激励大家学党史、悟真理，恪尽职守干好工作。

活动要求，全体党员干部职工要充分认识习近平总书记“七一”重要讲话的重大意义，广泛开展专题宣讲，掀起学习热潮。大家要把学习成效转化为干事创业的强大动能，用心、用情、用力为群众办实事、做好事。随后，大家集中学习了文章《干部当有昂扬之气》，再次对党员干部提出更高的目标，要求全体党员要有追求、有担当。

当天，该行还开展了第四期“党史我来讲”活动，由3名党员现场带领大家学习党史内容，通过生动的讲述，引导全体党员把党的历史学习好、传承好、发扬好，确保党史学习教育取得扎实成效。随后，党员代表纷纷畅谈自己的所学、所思、所悟，将主题党日活动推向高潮，大家共同讨论、交流心得，让党史学习教育更接地气，更深入人心。（李晓菲）



建行宝鸡开发区支行工作人员：

联手警方巧救传销受害者

男子误入传销组织被控制，假借办理银行卡密码挂失寻求帮助，最终在银行工作人员和警方配合下重获自由。近日，建行宝鸡开发区支行工作人员巧救传销受害者获称赞。

前不久，一男子来到建行宝鸡开发区支行营业大厅办理银行卡密码挂失业务。在智慧柜员机前拍照时，客户神情紧张，双手发抖，同时还用眼神提醒银行大堂经理注意他身后的男子，并小声告诉大堂经理自己被控制了。见状，大堂经理立即意识到问题的严重性，他稳定情绪并没有表现出慌张的样子，还利用业务办理间隙找机会小声让另一名工作人员叫保安。很快，保安收到信息，暗中监控

客户身后的男子，准备伺机制伏他。随后大堂经理以该笔业务需要授权为由及时向主管报告了情况。

了解情况后，该行主管迅速报警，在得知大门外面还有一名男子在望风时，便故意拖延业务授权时间等待警方到来。几分钟后，民警很快赶到现场，门外男子看见警察后迅速逃跑，被民警当场制伏。大厅内银行保安也同时将另外一名男子制伏。在银行工作人员和民警的共同帮助下，被控制的男子成功获救。

据了解，这名男子是从外地来见网友的，没想到刚下火车就被传销组织控制了，没收了手机以及身份证、银行卡。被困在传销窝点后，

男子尝试了各种逃脱办法都没有成功，这次传销组织要求男子交2000元，于是他便以银行卡密码忘记为由来到银行，这才找到机会逃脱。目前，男子已经在民警帮助下，回到了自己的家乡。

这只是建行宝鸡分行辖区支行服务客户的一个缩影。一直以来，建行宝鸡分行深入推进“我为群众办实事”实践活动，扎根经营发展的第一线，充分践行大行责任和担当，展现了良好的金融形象。（李晓菲）



3588亿元彩票公益金拨入社保基金

近日，全国社会保障基金理事会发布了全国社保基金2020年度报告，报告显示：2020年，财政性拨入全国社保基金资金313.81亿元，其中彩票公益金213.60亿元；截至2020年末，财政性拨入全国社保基金资金和股份累计9930.31亿元，其中彩票公益金3588.24亿元。

彩票公益金已经成为全国社会保障基金的重要资金来源。根据彩票公益金分配政策，彩票公益金在中央和地方之间按50:50的比例分配，中央集中彩票公益金在社保基金会、中央专项彩票公益金、民政部和国家体育总局之间分别按60%、30%、5%和5%的比例分配。截至2020年底，全国彩票累计筹集公益金12667

亿多元，其中福利彩票累计筹集公益金7013亿多元，占全国彩票累计筹集公益金数量的55.3%。

据了解，2000年全国社保基金设立，当年财政拨入资金200亿元，截至2020年末，财政性拨入全国社保基金资金和股份累计9930.31亿元，其中，彩票公益金拨入累计3588.24亿元，占36.1%。在支持我国的社会保障事业中，彩票公益金发挥了重要作用，为促进经济社会发展、保障民生作出了突出的贡献。（李晓菲）



食品、化妆品包装喧宾夺主？ 强制性国家标准出台将带来新变化

中秋节将至，一些豪华月饼礼盒、茶叶礼盒的外包装“喧宾夺主”，消费者扔了不忍，留着无用。市场监管总局9月2日发布新修订的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》强制性国家标准，将于2023年9月起实施。新标准将给市场带来哪些新变化？市场监管总局标准技术司有关负责人进行了解读。

1 严格限定包装层数要求

目前，市场上部分食品和化妆品企业为追求高额利润，设计和使用的层数过多、空隙率过大、成本过高的包装。过度包装已经远远超出了包装本身的基本功能，将包装成本附加到消费者身上，既造成资源浪费和环境污染，又损害了消费者的合法权益。市场监管总局标准技术司副司

长陈洪俊说，研究表明，我国包装废弃物约占城市生活垃圾的30%至40%。在这些包装废弃物中，大部分是过度包装产生的。

陈洪俊介绍，新标准涵盖31类食品、16类化妆品，包括茶叶、酒类、糕点、保健食品等。新标准严格限定了包装层数要求，食品中的粮食及其

加工品不应超过三层包装，其他食品和化妆品不应超过四层包装；修改了包装空隙率限量要求及计算方法，增加了外包装体积检测、判定规则 and 不同商品的必要空间系数。对于将初始包装体积做大、增加其他商品等情形，今后将无法逃避监管。



2 为企业和市场设置两年过渡期

新标准将于2023年9月1日正式实施，为企业和市场设置了两年过渡期。

陈洪俊介绍，考虑到新标准发布后，食品和化妆品生产企业需要根据新标准要求，对产品包装进行合规性设计，同时需要消耗库存包装以及待售商品，尤其是化妆品类商品保质期相对较长，流通环节消耗周期也相对较长。为避免对生产经营造成影响以及产生新的浪费，在广泛征求有关部门、行业协会和企业意见的基础上，设置了两年过渡期。

目前，食品和化妆品企业需

要开展标准的宣传贯彻培训，让设计、研发和生产人员更深入地了解标准技术内容，根据标准要求，对产品包装进行合规性设计，并尽快生产投入使用；加快消耗库存包装和已进入市场的商品，确保过渡期后生产及销售的产品符合标准。

陈洪俊表示，根据标准化法规定，不符合强制性标准的产品、服务，不得生产、销售、进口或提供。在过渡期后，市场上不允许再生产和销售不符合新标准的食品和化妆品。因此，呼吁企业在过渡期内尽快整改达标。

3 “一看、二问、三算”判断是否为过度包装

在购买食品及化妆品类商品时，消费者如何快速判断是否存在过度包装？

市场监管总局标准技术司副司长魏宏介绍，消费者可以通过“一看、二问、三算”，简单判断月饼等商品是否属于过度包装。一是看商品的外包装是否为豪华包装，包装材料是否属于昂贵的材质。二是新标准严格限定了包装层数要求，在不能拆开包装的情况下，要问包装有几层，层数是否符合要求。三是测量或估算外包装的体积，并与允许的最大外包装体积进行对比，看是否超标。

北京工商大学食品与健康学院教

授马爱进说，以茶叶包装为例，与茶叶直接接触的金属或者塑料包装即为第一层，依次向外数，有几层包装就是包装层数。同时，产品固有属性的材料层以及紧贴销售包装且厚度低于0.03毫米的薄膜不计算在内。比如粽叶、竹筒、天然或胶原蛋白肠衣、空心胶囊等属于产品固有属性的材料层。

新标准明确，食品或化妆品内装物的体积是用净含量乘以必要空间系数来表示，必要空间系数的取值依据产品而定。以酒类商品为例，酒的必要空间系数是13，一瓶500毫升的白酒允许的包装空隙率不超过30%，可以计算出这瓶白酒外包装的最大允许体积为

9285.7立方厘米。假设这瓶酒外包装的长宽高分别为20厘米、15厘米、30厘米，则实际外包装体积为9000立方厘米，小于最大允许值，符合标准要求。

此外，新标准继续执行现有标准对包装成本的要求，除直接与内装物接触的包装之外，所有包装的成本不超过产品销售价格的20%。

下一步，市场监管部门将推动新标准的落地实施。食品和化妆品企业要按照有关法律法规和新标准的要求，严格落实企业主体责任。同时，倡导消费者自觉践行绿色消费理念，不选购、不使用过度包装的商品。（据新华社）