邮储银行宝鸡市分行

2.8亿元信贷资金护航夏粮收购

夏收时节，麦浪滚滚。为了确保丰收的小麦陆续从田间地头颗粒归仓，邮储银行宝鸡市分行迅速调整信贷投向，优化信贷产品。截至目前，今年累计向夏粮收购行业投放贷款2.8亿元，全力为“三夏”保驾护航。

为有效解决粮食收购行业客户担保难问题，邮储银行宝鸡市分行加强银担合作，与陕西省农业信贷融资担保有限公司联合推出“厚稷担·粮食贷”信贷产品，优化贷款流程，大大缩短了申贷时间，最短可实现3天放款。目前，已有100余户客户受益。“今年的这款‘厚稷担·粮食贷’信贷产品，由陕西省农业信贷融资担保有限公司提供担保，3天时间200万元贷款到账，帮我备足了收购资金。”宝鸡高新区钓渭镇粮食收购大户赵小云就是诸多受益客户之一，谈起夏粮收购，他打开了话匣子。自2014年与邮储银行宝鸡市陈仓区支行合作起，赵小云在银行的帮助下，贷款由起初的20万元增加到如今的200万元，他的收购规模也逐年扩大，从原来的800万斤增加到现在的3000万斤，生意可谓是蒸蒸日上。

银行工作人员走进田间主动介绍“三夏”信贷业务

据了解，今年以来，邮储银行宝鸡市分行与陕西省农业信贷融资担保有限公司联合推出的“厚稷担·粮食贷”业务已累计投放1.34亿元，切实解决了夏粮收购行业客户的融资难题，也为售粮农民“粮出手、钱到手”提供了及时、足额的资金保障。（李晓菲）

中国邮政储蓄银行 POSTAL SAVINGS BANK OF CHINA | 宝鸡市分行 Baoji Branch

浦发银行宝鸡大庆路小微支行

用心服务赢得客户

近日，浦发银行宝鸡大庆路小微支行迎来了一位特殊的客人，他带来了一封亲手写的推荐信，信中感谢自己多年来在这里办理业务时获得的关心与帮助，并向该行推荐了自己心中的“最美员工”。

这位特殊的客人姓常，今年已经78岁了。对于写这封信的理由，老人解释说，自己年纪大了，自助设备不会用，手机银行也不会用，每次来浦发银行宝鸡大庆路小微支行办理业务的时候，工作人员都特别耐心，从不嫌麻烦。特别是员工倪彤工作起来不仅认真负责，对待老年人也是体贴入微，这样工作认真、细致的人就是他心中“最美员工”，希望这样的好员工能得到重视。这也就有了开头的那一幕。

类似这样的事情还有很多。浦发银行宝鸡大庆路小微支行自2015年1月成立以来，就把扎根基层，用心做好老年金融服务，作为每位员工的“必修课”，持续深化厅堂服务，积极落实监管部门及上级行“适老化”服务要求，耐心为每一位老年客户提供亲情化服务，并用通俗易懂的方式普及金融知识，提高老年客户的风险防范能力和意识，切实增强老年人的获得感、安全感和幸福感，用细心和真情赢得了客户的广泛认可。

（李晓菲）

浦发银行 SPD BANK

工行宝鸡分行“兴农通”农村普惠金融服务点成功挂牌

下沉金融服务　助力乡村振兴

近日，工行宝鸡分行首批10家“兴农通”农村普惠金融服务点成功集中挂牌，这既是该行贯彻落实国家“乡村振兴”战略，提升金融服务覆盖率的具体举措，也标志着该行普惠金融在农村场景中的特色应用落地，有效提升了金融服务乡村振兴的市场辐射能力。

“兴农通”农村普惠金融服务点是工行宝鸡分行按照金融监管部门要求，以农村群众金融服务需求为切入点，在农村、县域乡镇、城市郊区、开发区所辖村庄等地区，依托第三方场所和人员设立的，对外挂牌“兴农通”统一标识，提供金融业务及涉农金融服务场所。同时，推出工银“兴农通”手机App，村民可通过App进行汇、贷、缴、存、投、查询等业务操作，体验线上+线下更加高效便利的“智慧银行”金融服务。

“我们将以此次集中挂牌为契机，加快推进农村普惠金融服务点建设，积极构建覆盖农村、农业、农民的乡村综合金融服务体系，为广大镇村客户提供更高质量的综合金融服务。”工行宝鸡分行相关负责人表示，下一步，他们将持续下沉服务重心，脚踏实地推进金融服务乡村振兴，让可用、易用、好用的金融服务“走进”千村万落。

今年以来，工行宝鸡分行将农村普惠金融服务点建设纳入年度重点工作，明确全行服务乡村振兴的时间表、路线图、任务书，进一步构建融汇通达的“三农”乡村金融服务体系，全力推动金融服务向乡村下沉延伸，为助力乡村经济快速发展注入源源不断的金融“活水”。（李晓菲）

ICBC 中国工商银行 宝鸡分行　卡生活

宝鸡福彩刮刮乐“和合美”派奖活动来袭

20万元翻倍大奖近在咫尺

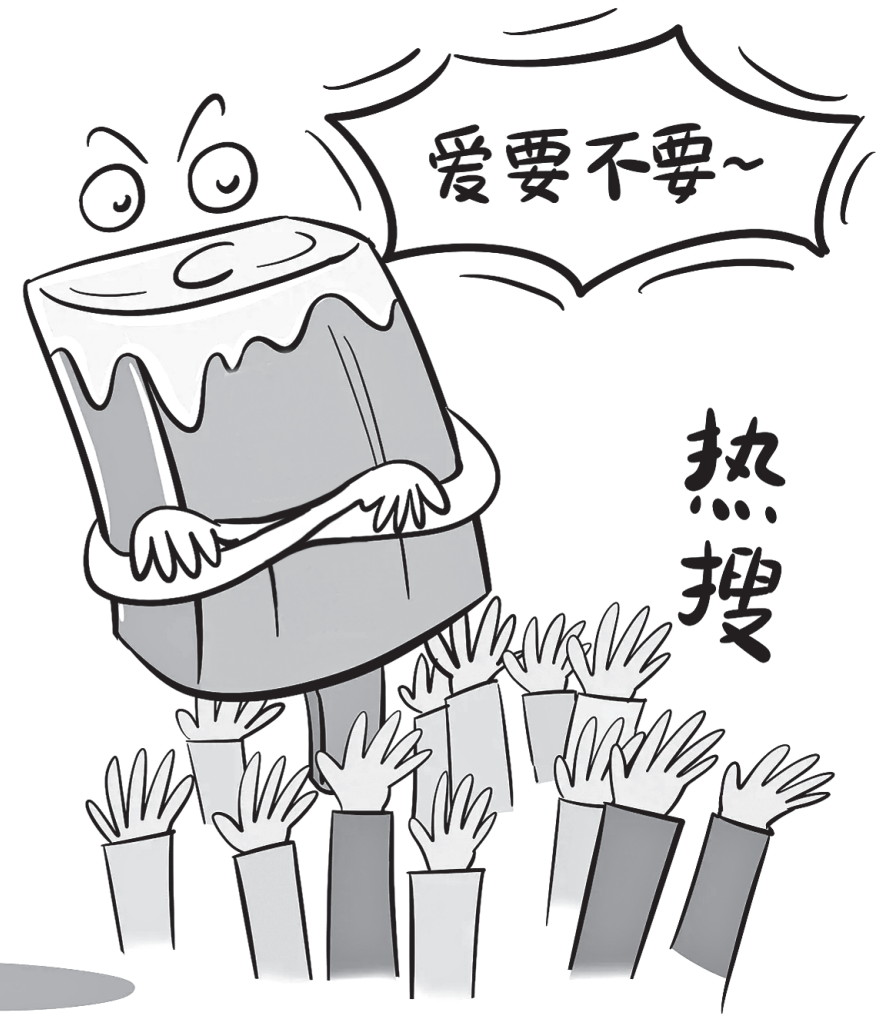
近日，笔者从市福彩中心获悉，为回馈宝鸡彩民、激发即开票市场销售活力，即日起至7月3日，宝鸡福彩刮刮乐“和合美”派奖活动来袭。

“和合美”是中国福利彩票发行管理中心近期推出的即开型福利彩票新游戏，彩票设计取意中国传统文化中的和合思想。市福彩中心决定于即日起至7月3日，在全市范围内开展即开票“百店联刮　和合美”整奖组营销派奖活动，活动通过整合线下实体销售店和线上支付平台，以互动刮奖直播方式让更多人了解福彩即开票型彩票。

此次活动针对“和合美”票种7个奖等当中的5个奖等进行派奖，返奖比例从65%提高到93%，即刮中一等奖10万元送10万元，刮中二等奖1000元送1000元，刮中三等奖200元送200元，刮中四等奖100元送100元，刮中五等奖50元送50元。大奖花落谁家，请拭目以待！活动期间，宝鸡福彩还将组织互动刮奖直播，主持人在带领彩民欣赏福彩即开型彩票和合之美的同时，为大家送上“红包雨”，只要观看刮奖直播的观众，就有机会分享千元直播红包。（李晓菲）

公益福彩 宝鸡市福利彩票管理中心 电话：3208530

当心花样营销的雪糕 掏空你的腰包



“炎炎夏日，想买支雪糕解暑，却发现一支动辄十几元、几十元，特别是一些包装花哨、带有“噱头”的新款产品，价格大大超过消费者预期，被网友戏称为“雪糕刺客”，不识勿拿……”

“雪糕刺客”让人猝不及防

近日，家住北京东城区的李先生“遛娃”时张罗小区里几位小朋友吃雪糕，结账时发现小朋友们挑选的八支雪糕竟然要三百元，着实令他大吃一惊：“我记着小时候雪糕不就一两块钱么，现在怎么这么贵？”

这个夏天，不少消费者冒出了和李先生一样的疑问。社交平台中，“雪糕刺客”“不认识的‘野糕’你不要拿”“雪糕价格是为了消灭社恐”等热梗频出。部分网友戏称，所谓“雪糕刺客”指的是一些没见过的品牌或包装的雪糕，它们静静“潜伏”冰柜里，等待结账时给人“致命一击”。

事实是否如此？记者近日走访了北京多家便利店、超市和小卖部发现，雪糕的标价情况不尽相同，一些大型超市在冰柜上标明了雪糕价格，但在大多数便利店、小超市和小卖部里，雪糕没有明码标价，不同品牌雪糕集中混在一起，只有结账时才能知道具体价格。通过记者询问得知，这些雪糕售价在一元至二十五元之间，其中，一些大包装的品牌雪糕售价过百。一家连锁便利店的负责人说，价格较高的雪糕销量不差，“冷柜空间有限，我们基本不会去进二三元的雪糕了，价格高的雪糕毛利高，我们赚得也会多一些。”

而部分居民区周边小卖部销售的则以平价雪糕为主。在大兴区一家小卖部，冰柜中最贵的雪糕不过四元。老板坦言，店中卖得最好的是价格为一元的“老冰棍”，虽然对高价雪糕有所了解，但因为害怕销量不佳所以没敢进货。

高价雪糕贵有所值？

记者走访发现，部分消费者对高价雪糕“买账”实际缘于雪糕标价不透明，对比配料表后发现，除了价格，一些高价雪糕在其他方面并没有脱颖而出。

记者以配料表中是否含有香精和降低成本的代可可脂作为比较发现，绝大部分高价雪糕与平价雪糕都添加了香精成分；此外，几款售价十几元的雪糕配料中，也都含有代可可脂。

个别品牌还因在配料宣传中弄虚作假被行业监管部门处罚。此前，某品牌销售的一款“轻牛乳”产品，网页上宣传“不加一滴水、纯纯牛乳香”。经监管部门核实，该产品配料表中明确含有饮用水成分，宣传内容和实际情况不符。

一位业内人士分析说，近年来，一些新入市场的雪糕企业为了在上市后短时间引来消费者关注，便在营销上下足功夫。但这些产品的营销费用形成品牌溢价，最终要由消费者来买单。

部分品牌过度包装也成为价格推手。记者注意到，市场监管总局日前公布了一批商品过度包装执法典型案例，通用磨坊旗下哈根达斯“卢浮映月”冰激凌月饼“上榜”。通报称，通用磨坊贸易（上海）有限公司北京分公司2021年9月17日销售的卢浮映月系列冰激凌经检验包装空隙率不合格，属于过度包装商品。

此外，一些“跨界”营销的雪糕经囤货惜售后被炒成高价。记者注意到，某知名品牌白酒联合乳企出品了三款冰激凌，定价在六十元左右，短时间内价格就被“炒”翻倍。

降火雪糕别让消费者“上火”

前瞻产业研究院数据显示，2015年到2021年，雪糕冰激凌行业的市场规模由不足900亿元增长至1600亿元，六年间累计上涨超90%。相关专家表示，如何实现行业的健康有序发展，避免部分品牌一味地追求高价而忽视品质、只注重营销而忽视产品，应该成为雪糕市场规模扩张背后各方关注的问题。

全国消费经济学会学术委员会副主任洪涛认为，相关部门在加强雪糕质量检查、防止高价低质产品招摇过市的同时，也应适度对部分高价雪糕给予最高限价或指导价的限制。在新老品牌根据市场需求推陈出新的同时，也应鼓励更多的低价优质产品流向市场。

中国人民大学法学院教授刘俊海认为，在雪糕类产品的研发中，创新与高价并非一对“孪生兄弟”，创新更应该建立在提高产品性价比的基础之上。他认为，企业应该潜心研究产品，以消费者口碑和产品质量作为推陈出新的出发点和落脚点。

对于市面上部分雪糕定价过高而造成消费者“被刺”的现象，洪涛认为，在产品定价方式的选择上，除了品牌定价、创意定价等方式之外，雪糕类产品的定价更应该以成本为基础，反对因过度竞争而导致的价格混乱。刘俊海认为，消费者的知情权、选择权和公平交易权等权利应该得到进一步落实，在雪糕销售端的醒目处应对产品进行明码标价。

（据新华社）