



金融知识有奖调查继续 大奖等着您

□记者 宋锋辉

9月2日本刊刊发的《金融知识有奖调查问卷》，受到了读者的广泛关注。短短一周，我们就收到读者填写的有效问卷50多份。

从收到的问卷中，可以发现，参与读者来自社会的各个行业，有会计师、国企职员、私企职员、销售人员、个体户等；年龄差异也很大，年龄最大的已有85岁，年龄最小的20多岁，多数是中青年。

在读者反映的问题中，保险方面的问题最多，主要集中在理赔太难、理赔速度慢、业务员更换频繁、对老人不公、有欺骗之嫌等。

在银行、证券方面，反映的问题有宣传不足、个别产品不向客户阐明、服务态度不好、个别员工对业务不熟悉等。

在金融知识宣传方面，多数读者认为金融行业的知识宣传过于专业化，难以理解。

我们期待更多的读者参与进来，发现更多问题，以便金融行业有针对性地解决问题，改善提升。

上期，我们提到，幸运读者将获得医院体检卡等奖品，究竟是什么样的体检卡呢？

答案是：洛阳博爱眼科医院提供的价值145元的眼健康免费普查套餐，一共20份。

这个健康大礼是不是让您心动了呢？还有更多心动奖品等您拿，下期将为您一一揭晓。

欢迎您搜集上期报纸或下载上期电子报，也可直接登录洛阳网首页参加我们的有奖调查。

财经论

银行市场角色回归与消费者权益保障

□刘玉来

银行的出现源于市场需求，一开始它就是市场的产物。早期货币不统一给商人们的交换带来了不便，于是有了货币兑换商。货币兑换商为了消除商人自己保管和携带货币所产生的风险和不便，又推出了代理货币保管业务，从事这些业务的商铺就是银行的雏形。

为了获得更大的收益，货币兑换商利用暂时闲置的货币进行借贷，后来又推出结算等业务，慢慢地就有了银行。银行的问世，使过去交换的羁绊被冲破，使交换经济无限放大。在1850年世界上第一家银行问世后的160多年中，银行搅动着经济，搅动着人们的生活，搅动着所有秩序。

银行提供的是无形服务，银行服务不断创新，从单一到多元。第一，银行种类繁多；第二，银行业务种类繁多；第三，银行放大效应刺激一系列复杂的经济活动，这些经济活动又刺激了银行创新。在货币供给过程中，中央银行的初始货币供给量与社会货币最终形成量之

间客观存在着数倍扩张（或收缩）的效果或反应。一笔款项贷给一人或者一组织后，他们会与银行之间发生新的存贷关系，这样在社会上多次存取，货币供给量就会发生变化，从而导致一系列生产、消费、借贷等行为。

由于我国的特殊环境，银行往往高高在上，与消费者不对等。随着不断的改革，银行正在逐渐回归市场，并正在逐渐强化其市场主体的属性，银行的消费者也在不断增强消费者的属性。

国家对银行准入门槛的降低，国际银行大佬的介入，将使得银行间的竞争日趋激烈。消费者由被动接受转为主动选择，维护消费者权益成为必然。银行业高喊“消费者至上”，要求每一服务环节、服务细节的安排及操作，都从消费者的利

益出发，最大限度服务消费者，让消费者满意。

但是银行业务种类繁多，在极大方便消费者的同时，也会刺激消费者非理性消费，激发投资冲动、盈利冲动。以银行卡为例，信用卡刷卡的心理效应和错觉，会造成非理性消费。社会生活中一些嵌入相关银行概念的诈骗活动让普通消费者真假难辨。

银行在经营中一味追求利润最大化也会过分策略化、艺术化，导致消费者错误决策。银行的市场化还需要更为彻底，银行的服务还需要持续改善。与之相应，消费者也需要学习更多的银行知识，了解银行的运作规律和目的，使自己的权益得到真正保障。

（作者系洛阳师范学院商学院院长、教授、博士）



中国工商银行黄金回购业务

您身边的银行 可信赖的银行



你的黄金
我回购



黄金回购业务

黄金回购业务是中国工商银行针对投资者日益增加的实物黄金变现需求，推出的实时报价回购业务，各种渠道购买的成色Au99.0及以上黄金都可以实现快捷“变现”，真正实现黄金的投资价值。

- ◎ 交易便捷：实时报价回购，价格紧跟黄金市场价格
- ◎ 范围广泛：打破“门户”限制，成色 Au99.0 及以上黄金产品全部回购
- ◎ 及时变现：回购资金实时到账，满足客户紧急变现需求
- ◎ 费用优惠：免收 1% 损耗费，只收取少量费用
- ◎ 信誉保障：检测过程全程透明，操作流程客户全程跟踪

服务时间：周一至周五 9:30-11:30, 13:30-15:30, 周六、周日及法定节假日期间不予办理。
回购网点：中国工商银行 洛阳分行 二楼理财中心
洛阳市西工区中州中路230号（东周王城广场西）
咨询电话：63336518 63336738