晋江农商银行：一抹“志愿红”绽放“文明花”

近日，晋江农商银行组织开展“晋江农商志愿‘红’，文明实践树新‘锋’”主题系列活动，以实际行动推动新时代文明实践志愿服务走深走实，谱写文明新风尚。

守护群众“钱袋子”

日前，晋江农商银行各网点下乡入户、进园入企，通过“入户式”发放宣传折页等方式，向群众宣传反假币、存款保险、个人信息保护、支付安全等金融知识，以实际行动做好百姓身边的“金融卫士”，确保金融服务“不掉线”，将“3·15”延伸至“365”，牢牢守护好群众“钱袋子”，争做老百姓最贴心的厝边银行。

义务植树添新“绿”

日前，晋江农商银行新塘、西园、紫帽支行党支部分别与所在镇（街）政府（办事处）开展“农商志愿‘红’，植树添新‘绿’”志愿服务活动。

活动现场，志愿者们各司其职，挥锹铲土、定点挖坑、放苗回填、浇水植树，各个环节衔接有序，共同种下希望与生机。通过本次植树活动，进一步增强了广大党员干部爱绿、植绿、护绿的意识，树牢“绿水青山就是金山银山”的发展理念，激励大家为支持绿色公益事业不断贡献金融力量。

携手守护海洋“蓝”

近日，晋江农商银行深沪支行党支部与运伙村党支部、科任村党总支等共建单位联合开展“农商志愿‘红’，守护海洋‘蓝’”志愿服务活动。

活动中，志愿者穿着马甲，戴着手套，提着垃圾袋，顶着海风与骄阳，投身于沙滩清洁，塑料瓶、碎玻璃、旧渔网，甚至微小的烟头，都被志愿者们细心发现弯腰拾起，以实际行动践行雷锋精神，弘扬时代新风。

守护最美“夕阳红”

为进一步优化适老服务，日前，青阳支行党支部深入曾井社区开展“农商志愿‘红’，情暖暮年‘银’”志愿服务活动，为老年人普及防范电信网络诈骗、非法集资、金融信息安全等知识，向老年群体展示适老化的金融产品，耐心解读软件应用，提升老年人群体的获得感、安全感和幸福感。

晋江农商银行相关负责人表示，该行将持续发挥党建引领作用，恪守初心，在做好金融服务的同时，踊跃参加志愿活动，积极履行社会责任，以新担当新作为描绘晋江新“锋”景。

年度消费洞察白皮书发布

本报讯 近日，兴业银行与Visa联合发布《2023兴业银行·Visa消费洞察白皮书》（以下简称《白皮书》），通过洞悉不断变化的最新消费趋势，为进一步畅通经济循环，提振消费提供助力。此次发布的《白皮书》基于兴业银行信用卡与Visa联合开展的消费趋势调研而成，依托兴业银行信用卡的数据管理能力，就消费者心态、观念和行为进行了广泛分析，对中国消费市场的趋势方向进行了客观分析预判。

近年来，在多种因素影响下，我国居民消费向着发展型、品质型方向升级，此次发布的《白皮书》则是对这一消费新形势的深入总结和预测分析。

据介绍，《白皮书》就消费者心态、观念、行为进行了广泛的专题调研，面向国内主要城市消费者，通过线上和线下相结合的形式发放问卷1万份，覆盖城市的经济体量约占中国GDP的95%。该书分为“时代驱动—疫情趋缓下的消费新态初现”“城市洞悉—人口流动下的消费脉搏跳动”和“消费观察—环境自适应中的消费心智进化”等三部分内容，数据翔实、图文并茂、内容丰富、研判深入，且目前已开放免费获取通道，在“兴业银行信用卡”官方微信公众号上搜索“消费白皮书”即可全文下载。

农行晋江支行开展“3·15”活动宣传周

本报讯 日前，农行晋江支行积极响应监管部门和总行号召，组织全辖20家营业机构开展以“共筑诚信消费环境 提振金融消费信心”为主题的“3·15”消费者权益保护教育宣传周活动。

该行充分发挥营业网点布局广的优势，依托营业网点宣传“主阵地”，利用网点电子显示屏、自助机具等各类载体开展宣传。同时，积极组织青年突击队走进社区、企业、学校开展专场活动，现场为市民发放宣传手册、折页，以图文结合的形式普及消费者权益保护相关内容，全方位、多角度普及金融知识，有效提高了当地市民的自我保护意识及风险防范意识。

本版由本报记者陈荣汉、唐淑红采写

理财课堂

如何投保？这份指南请收好

伴随着保险产品日益丰富，如今，各类营销方式也与时俱进，尤其在移动互联网时代，通过朋友圈、短视频等平台发布宣传广告屡见不鲜。通过广泛推介，扩大承保面，让不少消费者从中受益，但是，也有个别群体打着低门槛、低保费、免费送等旗号误导消费者进行投保，从而产生“冲动投保、投保容易退保难、退保金额低”等问题。

警惕诱导投保

据了解，当前存在的误导销售的行为通常分为几种情况：

一是以“某某统筹”等名义推出互助保险进行宣传，让消费者误以为是保险公司的产品；二是业务员通过返佣诱导消费者购买保险；三是保险机构等通过隐瞒、偷换概念等误导消费者，在销售时没有如实讲解保险产品，或者含糊告知保险责任以及夸大保险责任；四是通过网络、手机等方式宣传“0元投保”、免费送保险等诱导消费者进行投保。

按需投保不跟风

购买保险第一步，就是要认清保险机构资质。消费者应从持有保险业务经营许可的合规机构，或在保险机构办理有效职业登记的销售人员处办理保险业务。如有互助计划、机动车“交通安全统筹”等以互助保险名义或保险名义进行宣传，属于误导公众，经营此类业务的机构并非依法设立的保险公司，且部分经营组织的业务模式不可持续，相关承诺履行和资金安全难以有效保障，可能给消费者带来损失，蕴含较大风险。

其次，消费者应按需投保，不被宣传迷惑。不少保险机构会通过多种营销方式促使消费者购买保险，消费者在接受保险宣传时，要根据自身的需求及经济条件来选择是否投保，不被“返佣”“0元投保”等宣传诱导购买了本不需要的产品。

对保险产品，消费者也应当有一定了解。分红保险、投资联结保险、万能保险等人身保险新型产品兼具风险保障功能和长期储蓄功能，不同保险产品对于风险保障功能和长期储蓄功能侧重不同，此类产品具有保单利益不确定等特征，但本质上仍属于保险产品。消费者不宜将人身保险新型产品与银行存款、国债、基金等金融产品进行片面比较，也不应轻信只强调“高收益”而不展示不利信息、承诺保证收益等不实宣传行为。在投保寿险后，发现保险产品并不适合自己，可在保险犹豫期内申请退保。一般情况下保险合同有10天或15天的犹豫期，消费者在犹豫期内申请退保的可退还所交全部保费，超过犹豫期退保会产生损失，因此提醒消费者在犹豫期内要认真衡量投保的产品是否符合自己的需求。

若发现销售人员在保险销售过程中存在误导销售等违规行为，或认为自身权益受到侵犯，消费者应注意保留相应证据，及时向保险公司投诉，或向行业调解组织申请调解，必要时还可以根据合同约定，申请仲裁或向法院起诉。

征集

广大读者可将所关心的理财问题、理财信息及个人家庭财务状况发送给我们。围绕您自身的理财需求，理财顾问团将量身定制专属理财方案。同时，为了维护消费者合法权益，本报金融维权投诉平台持续推出，聚焦金融维权，针对您所遇到的各类金融维权事件，为您的合理维权助力。如果您遇到了各种金融“烦心事”，欢迎扫描关注理财周刊微信公众号，从后台对话框中积极参与。

消费

让利折扣诱人 咱厝商圈齐推“春日主题”促销

在这个春光明媚的季节，除了各大公园里的大好春光，咱厝各大商场里也是春意盎然。这不，各大商圈纷纷推出各种与春有关的主题活动，有绿色“森”活节活动、“三日热卖”、“阳春三月、万物生长”等，推动着春日消费热潮。

春季主题活动频现

在这万物复苏的季节里，咱厝不少商圈以春日、生机、绿色、活力为主题，围绕“春天”二字打造场景氛围，进行营销活动。用生机、绿色、活泼、浪漫等元素装点商圈，营造缤纷多彩的浪漫精致，进行暖心的互动体验治愈忙碌的小伙伴。这不，在晋江宝龙广场一楼中庭，有各式各样的花朵美陈，吸引不少消费者驻足拍照打卡。“逛了一圈商场，发现近期宝龙广场变化不少，中庭设置春季主题美陈，有各种造型的花朵，拍起照来很美。”市民林晓玲说道，原本以为只有公园里才有的各种春意盎然，没想到如今商场里也有春天的气息。

无独有偶。在晋江万达广场，记者看到各种绿色“森”活节活动海报扑面而来，置身该广场，仿佛在一片花海中。据了解，在刚刚过去的周末，晋江万达广场开启“无限生机·绿色森活音乐节”活动，现场有精彩的音乐狂欢节，还有春日漫游计划·汉服花朝节、绿色生活·多肉创意营地等。不仅如此，晋江万达广场还开启“春日咖啡文化节”“全城热跑”等。

在安海上悦城，随处可见各种桃花树、绿植，一片生机勃勃的样子。“没想到如今的商场这么‘卷’，把春天搬进商场，让大家在商场就能感受春天的气息，享受不一样的踏青快乐和乐趣，享受春天的浪漫。”市民陈凌燕告诉记者，没空带娃去周边赏花踏青，就带他来商场逛逛，看看上悦城的“春日撒野空间”，非常有趣。

促销活动不断

细心的小伙伴会发现，此次各大商圈除了精心布置各种春日主题活动外，还推出各种促销活动。记者从晋江万达广场获悉，该广场于3月3日-31日推出会员森活节·数码体验专享券、会员森活节·服饰精品专享券、会员森活节·餐饮专享券等活动，各大品牌商户联动，推出春日美食套餐、万达影城推出29.9元观影特权、暖春奶茶等活动。

另外，泉州晋江SM国际广场于近期开启“三日热卖”活动，有好友组队瓜分10万元现金红包，还推出各种促销活动及满额赠礼、最高抽万元购物金，还有各种美食福利等着你。

而晋江吾悦广场将于3月21日开启“春纷荧光跑”，让更多亲子家庭在玩乐的同时，领略春天气息。值得一提的是，该商场除了开启“春纷荧光跑”活动，还推出各种优惠促销活动，例如商场里的各种品牌服饰推出不同程度的折扣，有全场59元起、有低至6折、有低至5.5折等。

不少商圈负责人表示，3月份是淡季，很多商圈为了吸引消费者的眼球，都会积极开展各种引流活动，现在正值春季，各种与春有关的主题活动成为各大商圈营销的重点，把各种春天的场景搬进商场里，让消费者宅在商场也能感受到春意。

此外，也有不少商圈负责人坦言，通过打造别具特色的消费新场景，目的就是为了激发消费活力的“强力引擎”。跟随着春的脚步，各大商圈将鲜花、草坪“请”进各大商圈，通过营造浪漫唯美的线下场景，举办各种春日主题消费活动，为消费者带来沉浸式消费体验，送上充满暖意的消费福利，进而拉动消费。在消费者林东方眼中，如今的商圈除了积极开展各种促销费活动，也忙于布置各种美陈，打造美景，让消费者在逛街购物的同时，享受美好春光。

雅诗兰黛进驻晋江SM百货

本报讯 日前，记者从晋江SM百货获悉，国际一线化妆品品牌雅诗兰黛于已进驻该百货，为广大爱美女性提供很多便利，在家门口就能买到高端护肤品。在这里，每位顾客不仅能亲身体验雅诗兰黛无与伦比的护肤、彩妆及香氛全系列产品，专业的雅诗兰黛美容顾问更将与消费者亲密交流，为每位顾客提供免费肌肤分析、当季护肤要诀和彩妆建议，悉心定制专享的完美护肤彩妆方案。

本次雅诗兰黛落户SM百货，独特的设计品位和风格彰显品牌一贯秉承的优雅与经典气质。为庆祝雅诗兰黛走进晋江，SM百货特推出了全年最惠力度的开业活动：从3月18日到26日只要来到SM百货一楼雅诗兰黛专柜，就可以领取开业50元无门槛代金券，开业期间满1000元立减100元、消费满3000元立减420元、消费满5000元立减820元，上不封顶！满额还有四档品牌独家超值礼盒赠送；最高享4折开业巨惠！同时银行专场助力雅诗兰黛开业，多重优惠同享，活动力度可谓空前，美力无限，具体到店咨询。

亲子驿站

萌娃变身蛋糕师 开启欢乐周末时光

“妈妈，我要把这个蛋糕带回家给奶奶吃。”“爸爸，这个鸡蛋要再搅拌一会儿。”……日前，晋江经济报亲子驿站组织安海实验幼儿园的小朋友到长富牛奶安海体验馆，参观学习牛奶知识暨制作蛋糕，吸引60组亲子家庭参与。

活动中，长富牛奶工作人员摆好桌椅，准备好制作蛋糕的材料。小朋友在看到桌面上的面粉、鸡蛋等材料时，跃跃欲试。在工作人员的讲解下，小朋友开始动手制作纸杯蛋糕，开始用打蛋器打发蛋白，把蛋白加糖打发变白。现场，有的家长跟小朋友做起分工，有的打发蛋白，有的搅拌蛋黄；也有的小朋友则是在边上“袖手旁观”充当“甩手掌柜”。

活动现场，每个小朋友脸上露出开心的笑容，其乐融融。小朋友在搅拌好蛋黄后，用打蛋器把蛋白打发变白，再倒蛋黄加入油和牛奶搅拌均匀，并把调配好的蛋糕材料装在纸杯里，最后放入烤箱，小朋友脸上满是期待与惊喜。

“有哪位家长知道想要让小朋友长得高，平常要怎么做？”“牛奶能加热？”……为了活跃现场气氛，当天，长富牛奶工作人员还开启“齐心协力赢牛奶”环节，通过播放牛奶知识的科普短片，让亲子家庭了解如何科学饮用牛奶。与此同时，现场还有个人才艺环节，不少小朋友上台合唱《孤勇者》等。不一会儿，色泽金黄、香喷喷的纸杯蛋糕出炉了，小朋友一边品尝自己制作的蛋糕，一边喝着长富牛奶，相当开心。活动结束后，长富牛奶为每个到场的小朋友送上一份精美伴手礼（巴士鲜奶+草莓酸奶），很多小朋友惊呼，这次DIY蛋糕活动实在太好玩了。

不少家长纷纷表示，此次DIY蛋糕制作看似简单，但制作过程充分调动孩子们的感官和手指协调，在实践操作中孩子的创造力得到了很好的发挥，帮助孩子建立自信心，同时激发孩子们对美好生活的热爱之情。

快来瞧瞧 广大家长的心声

安海实验幼儿园小一班翁孜昂家长——通过这次制作蛋糕活动，小朋友不仅学会做蛋糕，还锻炼动手能力，同时也增长了见识，更是一次难得的亲子陪伴。

安海实验幼儿园中三班肖腾逸家长——这次活动，通过老师的讲解，让小朋友了解到健康生活的重要性，学会了制作营养蛋糕的方法，虽然小朋友做得不好看，但是看到通过自己动手制作的蛋糕，每个小朋友脸上都露出开心的笑容。

安海实验幼儿园小七班陈一宁家长——小朋友在做蛋糕的过程中，表现出了对烘焙的好奇，每个小朋友面对制作蛋糕的材料，都跃跃欲试，以及亲手做出了蛋糕后的喜悦之情都写在脸上。这次活动不仅提高了孩子的动手能力，也增进了亲子感情，让大人享受到亲子陪伴的美好时光。