

# 理财师大赛吹响“集结号”

## 第十三届半岛金融理财师专业大赛火热招募中,已有十几家机构理财师批量报名

□半岛全媒体记者 姚文嵩

历经三年多的过渡期后,资管新规在2022年正式落地实施。随着保本型理财产品成为“过去式”,打破刚性兑付、估值采用市值法,已成为理财产品的新关键词,理财师们也面临着新的挑战。备受瞩目的第十三届半岛金融理财师专业大赛已于7月份启动。作为已连续成功举办十二年的精彩赛事,理财师专业大赛为岛城市民呈现出一场别开生面的理财盛宴,为理财师们搭建了一个展示自我才华的舞台。一批批优秀理财师凭借在大赛中的出色成绩,证明了自身深厚的专业积累和成熟的投资理念。

### 比拼专业技能提升实战水平

每年的大赛都会集结一批青岛最具实力的理财师,交流投资策略、比拼专业技能、不断提升实战水平。大赛也给历届的理财师们留下了深刻的印象,“参加理财师大赛,既提升了自我,也让我看到了不足,同时还领略了优秀同行们的风采,不

说获益匪浅。”四年之后,说起2018年的参赛经历,工商银行青岛市分行市南支行理财经理郑梅仍难掩激动。

第十二届半岛金融理财师专业大赛一等奖和最具人气奖获得者——青岛银行市北支行理财经理唐晓倩谈起去年的参赛经历时表示收获颇丰,“很荣幸去年参加了由半岛都市报主办的专业理财师大赛,通过参加半岛金融理财师专业大赛,向很多金融机构的优秀理财经理学到了不同的理财经验以及投资理念。”

“通过线上渠道,我们日常的财富管理更为便捷,这已经成为一种趋势。去年的大赛将视频作为赛场舞台,全程采取网上比赛,进行了一场‘云端比拼’,非常值得称赞。”中国银行李沧支行理财经理段越在第十一届半岛金融理财师专业大赛中荣获理财师一等奖和理财师人气奖两个奖项,她曾向记者讲述自己的参赛感受:“从赛前准备到赛中个人宣言和视频录制,灵活新颖的比赛模式让参赛选手有更多的发挥空间,网络投票也让更多人参与其中,看到了参赛选手的专业,感受到了线上专业的

理财服务,拉近了理财师与投资者的距离。”

### 岛城优秀理财师争先组团报名

2022年第十三届半岛金融理财师专业大赛启动以来,岛城各金融机构的理财师们报名踊跃。主办方已收到十几家机构的理财师批量报名信息,甚至有的银行理财师直接组团报名,仅中国银行青岛市分行一家机构就有15名理财师报名参赛。

本届大赛依然全程网上比赛,采用视频形式比赛。参赛个人根据比赛题目录制参赛视频,可以在视频中讲解理财故事、营销场景、理财热点等。大赛不仅是理财师比拼实战水平的“角逐赛”,也是向投资客户展示的“公开课”。选手个人视频将在理财师大赛指定平台进行播放,让更多的市民更直观地了解理财师的专业能力。

与往年线上比赛不同的是,本次大赛还加设了团队整体展示环节,为突出参加比赛的理财师团队整体形象,比赛要求整个团队录制整体形象展示视频,在展示平台提前播放。

个人赛与团队赛相结合的方式,更能够考验出个人的专业水平、金融机构的服务实力、团队的合作能力。

大赛秉承公平、公开、公正的原则,重在全面考核理财师的专业能力、职业素养等。大赛分为网上报名、预赛、决赛和颁奖四个阶段。本次大赛设立个人奖与团队奖,其中,个人奖又分为优秀理财师一等奖、二等奖、三等奖、最具风采奖等;团队奖又分为一等奖、二等奖、三等奖、优秀理财团队奖等。

### 理财师专业大赛报名看这里

本次大赛是针对专业理财师的评选活动,以专业素质作为最主要的评判标准,凡持有CFP(国际金融理财师)、AFP(金融理财师)资格认证,以及符合国家相关理财从业资格标准的专业理财师,从事金融相关理财服务工作两年以上者均可报名参加。本次大赛报名已启动,欢迎广大理财师报名参赛,开启一段技能提升、同业交流的收获之旅。

报名电话:0532-80889437、80889614、80889802。

# 中国平安焕新品牌标识 强调“专业·价值”文化内涵

日前,中国平安集团宣布正式焕新、升级公司品牌标识,主要将现有品牌标识中的标语“金融·科技”升级为“专业·价值”,品牌标识主体的中文和拼音“PINGAN”保持原版设计。即日起,平安集团及旗下专业公司相关传播均统一使用新的品牌标识和“专业,让生活更简单”的品牌口号。

中国平安表示,本次品牌标识的焕新、升级,旨在回归公司企业文化的本源,传承并发扬“专业创造价值”的核心文化理念。“专业”,意味着通过专业的金融顾问、专业的家庭医生和专业的养老管家,致力为客户提供“省心、省时又省钱”的简单便捷的消费体验。“价值”,即基于对中国市场及消费者的深刻洞察,对客户坚持“服务至上、诚信保障”,为员工提供“生涯规划、安居乐业”,为股东创造“稳定回报、资产增值”,对社会履行“感恩回馈、建设国家”,从而持续为客户、为股东、为员工、为社会创造最大价值。

34年来,中国平安始终秉承“专业创造价值”的核心文化理念和“专业,让生活更简单”的品牌口号。把简单和便捷送给客户,把复杂和困难留给自己,致力于成为客户首选、行业标杆、社会认可的国际领先的综合金融、医疗健康服务提供商。通过此次品牌标识升级,公司将把“专业创造价值”的核心文化理念,传播到更多平安客户、员工、行业和大众心中。

中国平安成立至今的5次品牌升级过程,印证了公司从单一的保险业务向“综合金融+医疗健康”双轮并行、科技驱动的战略升级历程,也象征着公司品牌和文化薪火相传、不断演进。

1992年,平安保险公司更名为中国平安保险公司,公司标识颜色由蓝色调整为绿、红两色,绿色意喻保险事业的人文关怀;红色象征平安的热情服务。2002年,平安第二次升级品牌标识,标识主体文字由“平安保险公司”更新为“中国平安”,同时首度在品牌标识中推出标语“专业·价值”,“专业创造价值”的核心理念从此深植平安的品牌文化之中。随着综合金融布局的进一步完善,2008年平安更新品牌标识的标语为“保险·银行·投资”。2018年,配合公司战略,标语升级为“金融·科技”。

进入2022年,面对新时代、新机遇、新挑战,中国平安的新价值文化与时俱进,平安的品牌建设回归本源,重新将“专业”和“价值”写入品牌标识中,促进公司品牌建设和文化建设的高度融合。

持续践行“专业,让生活更简单”的发展理念,中国平安通过提供一站式综合金融、医疗健康生活服务,致力于解决人民群众“烦心、烦事、费钱”的难题,让客户享受“省心、省时又省钱”的金融、医疗消费体验。截至2022年一季度,集团个人客户数超2.23亿,较年初增长0.7%;客均合同数2.94个,较年初增长1.0%。

## 平安人寿推出“优+人才招募计划” 深化代理人渠道转型提质

为深入贯彻国家稳就业、保就业的决策部署,推动保险代理人队伍高质量转型,7月23日,平安人寿通过线上直播的方式,召开“优+人才招募计划”(以下简称“优+计划”)发布会。发布会上,平安人寿面向社会各界发出邀请,招募有抱负、有学识、敢想敢为的青年才俊,助力其成为专业化、职业化的销售精英或保险团队管理者。著名主持人白岩松,平安人寿党委书记、董事长杨铮,平安人寿队伍发展部总监周卫东出席活动并做分享。

目前,我国经济发展面临诸多不确定风险,稳就业面临新的挑战。平安人寿作为大型险企,扎实履行社会责任,用实际行动支持稳就业工作。平安人寿秉持长期发展理念,推动队伍高质量转型,今年更是推出“优+人才招募计划”,以重磅投入为优秀人才提供行业领先的福利待遇、多层次的培养体系、全方位的平台支持,打造“高素质、高绩效、高品质”的“三高”队伍。

发布会上,杨铮发出诚挚邀请:“平安人寿坚决向高质量发展转型,重磅推

出‘优+人才招募计划’,致力于提高新人收入、护航新人成长,为优秀新人提供广阔的职涯发展通道、打造核心竞争力,培养一批引领行业未来发展的保险精英。在此,我诚挚地欢迎你们加入、邀请你们同行,让我们携手奋进、一起迈向更光明的未来,为自己、为客户、为行业、为社会创造更大价值!”

在行业迈向高质量发展、人民保障意识显著提升的当下,平安人寿从家国情怀和立业之本出发,力图助国家和社会稳住就业,助行业和公司觅得精英,助高质量人才收获职涯成功。

平安人寿表示,希望招募更多优秀的同行者,打造与客户需求适配的专业代理人,使其成为客户值得信赖的人生伙伴,通过专业且有温度的金融服务,帮助客户对抗风险、守护健康和管理财富,为客户的美好生活保驾护航,让更多的人拥有“平安”。

**【重要提示】:**以上各项支持具体要求及标准以平安人寿各分公司所在地相关制度为准。