

90后已开始大面积“攻占”基金，相关报告显示，2020年新增“基民”中，90后占比超过一半，他们伴随着互联网成长，在各类社区和社群中聊理财，已成为一种绕不开的社交方式。然而，年轻人真的懂理财吗？

央视财经就曾评论，“有些投资者像炒股一样炒基金，追涨杀跌，频繁申赎。许多投资者不了解基金市场，以为投资基金无风险稳赚，甚至能一夜暴富，基金收益好就追捧明星经理，净值下跌则把基金经理骂上热搜。这些盲目狂热的投资行为不利于基金管理人产品的管理，也不利于投资者的投资收益”。

事实上，不仅是年轻人，也不仅仅是基金，随着全民理财时代的到来，越来越多的普通大众开始关注“理财”这件大事。无论投资何种标的，专业的理财知识都必不可少，科学的理财观更是重要。

为了帮助客户，尤其是年轻人构建科学合理的理财观，普及理财及金融知识，招商银行于2019年3月起，正式启动“金葵花在行动——金融消费服务升级工程”，通过开放自身专业能力赋能客户，为其美好生活提供助力。

两年的时间，“金葵花在行动”从未间断，通过丰富多彩的内容和无微不至的陪伴，吸引了数以万计的客户与粉丝参与其中，获得了广泛好评。比如1月中旬，招行就通过其微信官方账号发布《知行合一，投资2021——致基金持仓客户的一封信》，引导客户保持理智、冷静的投资心态，在收获了超额回报后，适度降低对今年权益市场的预期；而在市场大幅波动的当下，招行又在第一时间发布《3月第一周市场持续波动，小招“四步”陪伴》，引导投资者理解市场、正视波动、回归投资初心，并通过合理的资产配置积极应对。

在今年的“国际消费者权益日”来临之际，“金葵花在行动”还特别策划了2021年的首次大型活动——“3·15百万积分知识竞赛”，客户只需登录招商银行App，即可在线参加1VS.1竞赛答题，在有趣且略带竞技性的挑战中，收获满满的干货，增加理财知识，提升风险防范能力。据了解，本次竞赛上线首日，参与用户已近20万人。

向客户提供专业性与实用性俱佳的实战金融知识，推动客户理财知识和金融消费观念升级，是“金葵花在行动”的初心。过去两年，招行推出了包含网点微课堂、理财小故事、科普小视频等多种形式在内的“理财知识百科”，获得了广泛好评。

两年间，招行共组织开展网点微课堂6900余场，以通俗易懂且富有趣味的方式，从“科学投资理财、合理消费信贷、守护资金安全”等方面系统性地为客户讲授金融知识，参与人数超过123万人。

不仅自己参与，招行还鼓励客户及粉丝邀请亲朋好友一同参与，从“自我学习”进阶至“共同学习”，从而带动更多人一起成长，这是“金葵花在行动”希望达到的目的。

对于没有时间来网点参与微课堂系统学习的客户与社会公众，招行将常用金融知识融入生活场景，以轻量、趣味的方式打造年轻人喜闻乐见的金葵花理财小漫画与科普小视频，并在招商银行微信公众号和招商银行App社区频道“金葵花在行动”招财号定期推送。据悉，过去两年，招行共推送理财小漫画56期，金融科普小视频25期，累计阅读/观看量超过130万，让众多客户与粉丝在碎片化时间也能不断学习。

扎实的知识内容，活泼的表现形式，多样的活动设计，赢得了众多用户和粉丝的点赞：“你们视频的风格很幽默啊”“金葵花这个专栏办得很好，干货很多，每期都很好看”“把股票说的这么明白，小招棒棒的！”……轻松自然的交互中，招行三十余年的专业金融服务经验悄然渗透至用户与粉丝心间。

青少年是祖国的未来，青少年金融知识普及工作意义深远。为满足在校大学生对金融知识普及的渴望，招行携手中国青年网共同策划开展“金葵花在行动理财知识校园行”活动，走进对外经济贸易大学、华中师范大学、兰州大学等30所高校，开展金融安全知识大讲堂，针对理财知识与财商素养、防范电信诈骗、反欺诈等主题举办现场讲座。30场讲座场场爆满，现场参与大学生超过1万。

2020年，出于疫情防控考虑，“金葵花在行动”转战线上。招行与中国金融教育发展基金会联手，会同北京大学、同济大学等50所高校开展金融知识线上课堂，累计观看人数近5万；同时，招行还携手新华网、光明网、中国青年报等主流媒体，联合240余所高校策划青少年财商成长计划，鼓励大学生通过自主学习金融知识创作短视频，活动共收到来自清华大学、浙江大学、上海交通大学等50所重点高校的短视频1357份，相关话题阅读及互动量近6000万。

作为第一位以“金融科技银行”为定位的银行，金融科技在“金葵花在行动”中扮演着重要的角色，而招行的“天秤”智慧风控平台则是实力担当。

上线至今，尽管招行零售各项交易量快速增长，但“天秤”智慧风控平台已经可以将伪冒及盗用金额比率控制在千万分之一量级。过去两年，“天秤”智慧风控平台转账防骗提醒拦截交易金额超过50亿元，且对交易风险的决策响应速度不超过30毫秒。

随着“金葵花在行动”的不断升级，“金葵花在行动”同名微信小程序也应运而生，这是招行精心打造的金融知识学习平台，融合百科、课堂、公益、答题等模块，以细心、贴心的方式，随时陪伴在侧，帮助客户及金融消费者养成金融知识学习习惯，守护他们的合法权益。

招行相关负责人表示，“‘金葵花在行动’是招行连接客户和金融消费者的一个窗口，是招行为其打造的接触与学习金融知识、走进理财与金融世界的平台，也是招行对打造‘最佳客户体验银行’战略目标的生动诠释”。

随着全民理财时代的到来，科学理财观的构建与金融知识普及的重要性愈加凸显，“金葵花在行动”也将持续努力，为“更好满足人民对美好生活的新期待”贡献自己的力量。

(CIS)

