

仁爱、祥和、威而不猛——在中国文化中，麒麟被视为祥瑞之兽。从诗词歌赋、历史传记到古代志怪小说、民俗作品，麒麟这一寄托着人们世代美好祝愿的形象，被深深刻在华夏五千年悠远的历史文化之中。

2022年10月18日，在首都东长安街畔的华夏银行大厦中，一只“瑞麒”呱呱诞生。头顶如意珠，身挂长命锁，脚踏祥云，浴火出世——这个集聚华夏民族千年底蕴与祥瑞祝福的小家伙，将肩负起华夏银行“吉祥物”使命，陪伴这家成立三十周年的金融国企，开启新的奋斗征程！

祥云与火焰升腾

凝聚高质量发展磅礴力量

瑞麒身上的祥云和火焰，寓意向上升腾的祥瑞之气。这是华夏银行三十年砥砺前行的一种象征，也寄托着其对未来的美好祝愿。

脱身于“钢与火”中，华夏银行在党和国家的坚强指引下，在市委市政府的大力扶持下，在千万客户的信任支持下，从一株略显柔弱的小草成长成枝繁叶茂的参天大树，崛起为一家有特色、有质量、有竞争力的全国性股份制商业银行。

2022年8月29日，华夏银行（600015.SH）公布了2022年半年度报告。截至2022年6月末，华夏银行资产规模达38436.35亿元，较上年末增长4.55%；实现归属于上市公司股东的净利润115.30亿元，同比增长5.01%。

在2022年7月英国《银行家》全球1000家银行排名中，华夏银行按一级资本排名全球第46位，首次跨进全球银行50强行列。

承富足吉祥之意

开启业务发展新局面

吉祥物是一家企业鲜明的视觉标识和品牌形象。“瑞麒”代表财富和吉祥，也寓意着华夏银行将以财富管理为发力点，持续推动业务经营转型，为客户创造穿越周期的长期价值，提供“不止于金融”的全方位服务。

将“为人民创造财富”作为高质量发展的目标之一，近年来，华夏银行坚持“以客户为中心”，持续培育优质财富管理人才，不断丰富管理产品类型，优化财富管理服务能力，提升财富管理发展水平，投资银行业务快速发展，市场竞争力持续提升。与此同时，通过全面推进数字化转型，华夏银行持续提升零售金融服务水平，大力建设特色财富管理银行。

数据显示，截至2022年6月末，该行个人客户金融资产总量达9999.64亿元，财富管理手续费及佣金收入同比增长11.03%，个人存贷款余额较上年末分别增长15.86%和6.47%；信用卡业务加速数字化转型，深耕客户经营，紧密结合客户用卡习惯线上迁移趋势，线上化、移动化发展取得实效，年轻客群稳步增长。报告期内信用卡华彩生活APP全面升级至4.0版本，累计注册用户1169.66万户，比上年末增长16.34%。

资产管理业务方面，华夏理财持续优化“理财工厂”运作模式，不断丰富“产品货架”，满足客户不同需求，积极拓展行外代销渠道，行外代销产品规模再上新台阶，保持ESG（环境、社会和公司治理）投资领先优势。报告期内，华夏银行共发行理财产品97只，销售金额合计8107.38亿元；理财中间业务收入同比增长10.76%。

怀抱愿景蓝图

新征程上再立新功

“瑞麒”头两侧，绽放着两朵小花。两朵小花的原型是北京市市花——月季。绽放的月季花不仅为萌萌的瑞麒更添几分可爱，也讲述着这家“北京的银行”始终不忘来处，牢记初心使命，坚韧不拔的将足迹踏遍大江南北，为全国客户带去华夏银行服务的金融故事。

“党的二十大报告提出，‘中国式现代化是人口规模巨大的现代化，是全体人民共同富裕的现代化，是物质文明和精神文明相协调的现代化，是人与自然和谐共生的现代化，是走和平发展道路的现代化。’这为我们的发展指明了方向。”华夏银行董事长李民吉表示，面对人民日益增长的物质文化需要，金融企业更应肩负起“以人民为本，为人民服务”的职责使命，找准定位、把准方向、瞄准目标，在实现自身高质量发展的同时，为首都市民、为广大金融消费群体带来更贴心、更优质、更便捷、更普惠的金融产品与服务。

吉祥物“瑞麒”，既是华夏银行“可持续 更美好”品牌理念的延展，也将成为该行重要的品牌资产。“瑞麒”的诞生，将有利于华夏银行品牌形象的传播和记忆，助力品牌文化建立和推广，提升品牌价值，也将激励4万名华夏银行人不忘初心，坚守服务首都、服务社会、服务实体经济的责任使命，坚定不移，奋进新征程。

生逢盛世当奋进，新征程中立新功。迎着东方的曙光，沐浴着盛世中华的万千气象，华夏银行将如“瑞麒”般骁勇率真，永远勇敢坚定，永远善良乐观，永远活力四射，把握机遇、迎接挑战，始终心怀“国之大者”，牢记“北京的银行”职责使命，贯彻新发展理念，融入新发展格局，落实高质量发展新要求，继续以提升发展质效为主线，强化转型引领，全面提升金融服务实体经济质效，目标坚定、步履豪迈的为把我国建设成为富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国而不懈奋斗！为实现中华民族伟大复兴而不懈奋斗！