

天下

国家税务总局再推12条便利措施

据新华社电 在3月29日举行的国新办新闻发布会上,国家税务总局纳税服务司司长韩国荣表示,今年4月份全国税收宣传月期间准备再推出12条便利化改革措施,计划在7月1日前使80%便民服务

措施落实到位,年底前100项措施全部落实到位。

韩国荣表示,今年税务部门连续第8年开展“便民办税春风行动”,为使“春风行动”的惠民举措更有针对性,2月份在全国

范围内开展了需求调查活动,于2月24日召开了2021年“春风行动”新闻发布会,推出10大类30项100条具体措施,“春风行动”实施以来,100条措施中已有超过1/5如期落地,获得了较好的社会反响”。

新华社快讯:埃及苏伊士运河管理局29日发布公报说,搁浅货轮已经完全恢复至正常航道。

民生银行广州分行:
为老年人提供有温度的金融服务

3月18日,民生银行广州南国支行来到猎德街社工服务站,为猎德社区的老人家们开展了《守住养老本 优雅过一生》的防诈骗宣讲。宣讲师通过丰富的案例以及问答互动等形式,深入浅出地讲述了电信诈骗的套路和防范技巧,提醒大家不要因为疏忽大意而掉入圈套,不要因为贪小便宜而后悔莫及。在场的老人家们既收获了知识又得到了启发,多位老人表示希望银行多开展防诈骗宣讲活动,帮助他们守好“钱袋子”。

打造“乐老金融”体系
提供专属服务

进社区为老人家开专属理财讲座及金融安全教育,帮助老年人守护“钱袋子”,是民生银行广州分行打造的“乐老金融”体系中“乐学习”的服务内容。据了解,“乐老金融”服务体系是该行为老年人群体推出专属的服务,分为“乐学习”“乐健康”“乐出游”“乐欢享”“乐金融”五大板块内容,为老年客户带来贴合需求的金融福利。“乐学习”是该行各社区支行网点不定期开展电

子产品使用、金融、养生保健、文体四大类老年人课程,帮助老年市民学习新鲜事物、丰富生活,玩转公共事业缴费、电子支付等移动金融便民服务。“乐健康”围绕老年人常见的健康问题,定期提供体检、理疗、名医问诊等服务,为老年市民的健康提供保障。“乐出游”是联合合作方整合周边游出行方案,提供专属折扣优惠,让老年市民享受高性价比的出游行程,点亮多彩的退休生活。“乐欢享”是定期组织特惠购,为社区居民送上物美价廉的优惠体验。“乐金融”是为老年市民提供稳健、专属的理财产品及咨询服务,达到条件的老年市民还可享受机场贵宾服务、绿色就医通道、高尔夫场打优惠、高铁站贵宾服务等。

优化线上完善线下
提供至简暖心服务

为切实解决老年人运用智能技术困难问题,民生银行优化线上客户端操作系统,帮助老年客户改善线上服务体验:一是开发推出“至简版”手机银行,重点突出“简单、安全、易用”三大特征,字体更大更清

晰、常用功能集中展示、稳健产品优先推荐,从操作体验、智能推荐与人工辅助方面为老年客户提供更安全、更便捷、更贴心的移动金融服务;二是搭建多功能服务平台,提供手势密码、远程银行、电子医保卡和安全账户锁等特色服务,提高老年人使用手机银行APP便捷性;三是增加安全保护措施,在交易过程中,提供ATM自助设备、POS机具账务交易时间、快捷支付锁、跨境锁和常用地交易锁设置,为老年人网上支付提供特殊保护,防范电信诈骗,为老年人群体的资金安全保驾护航。

而进入民生银行广州分行各网点,老年客户服务专岗标识牌就映入眼帘。老年客户进入网点后,可直接找到该专岗人员寻求帮助。同时,该行网点还配置了老花镜、放大镜、血压计等老年客户应急物品,并设置“爱心服务”窗口、安心专柜等便利设施,为老年客户提供暖心服务体验。该行网点还会不定期举办“金融知识微课堂”活动,向等候区的老年人宣传金融知识,主动为前来咨询的老年人提供讲解和问题答疑。

强化金融知识宣教
提供有温度的服务

民生银行广州分行还主动适应老年群体金融需求,聚焦老年人常用金融产品,并有针对性地宣传有关老年人的银行服务政策,探索新型宣教方式,使宣教更具通俗性、趣味性、针对性和有效性。如针对老年人投资问题,该行制作了《长辈们 理性投资从现在开始》短视频,引导老年人理性投资、防范风险;针对老年人智能化服务问题,制作微信长图文《老年人专属:手机银行至简版》和短视频《线上购买理财 就是这么简单》等,增强老年人对智能技术的了解和信任。

此外,该行还专门制作了金融知识普及课件——《安全运用银行智能技术 安享幸福晚年》,并录制成线上视频课程,面向老年人讲授如何识破假冒银行智能技术及防范秘籍,以及运用银行智能技术的注意事项、普及银行智能应用知识等,增强老年人对智能技术的了解和信任,提供防范金融诈骗风险的意识和能力,帮助老年人融入智能时代。

携程发布“旅游营销枢纽”战略:
内容生态全面升级“营销力”破圈赋能泛旅游业

3月29日,携程召开新闻发布会,继2020年四季度“深耕国内 心怀全球”战略后,携程集团联合创始人兼董事局主席梁建章发布了“旅游营销枢纽”战略。该战略将通过“1+3”的模式推进:以一个星球号为载体,聚合流量、内容、商品三大核心板块,叠加丰富的旅行场景,打造强大开放的营销生态循环系统。该战略旨在创造新的交易场景,通过内容转化和营销赋能为泛旅游行业创造增量收益,并助力行业伙伴运营好自身的私域流量。

除了发布“旅游营销枢纽”战略外,大会现场,携程集团首席执行官孙洁还展望了全球旅游业的复苏前景,并强调携程国际化依然存在巨大的成长空间。携程集团执行副总裁兼CMO孙波则从“内容生态营销升级”的角度,讲解了“旅游营销枢纽”战略的实现路径。

覆盖全域旅游场景
促进更多的出行和交易

梁建章表示,此次“旅游营销枢纽”战略的发布,是继“深耕国内 心怀全球”战略后的又一次创新和探索。这一体系将覆盖全域旅游场景,可实现找产品、找灵感、找优惠、找攻略、订交通、外部流量、私域流量等用户端与商户端需求的一站式连通。

其中,星球号在枢纽的运转中发挥巨大作用。不论是目的地、酒店,还是玩乐达人、旅行爱好者、各个平台的内容创作者,都可以入驻星球号,在这里发掘旅行营销新乐趣,实现内容到交易的价值转化。

在星球号运转的同时,流量、内容、商品三大核心板块将持续为枢纽提供强劲动能。三大板块叠加不同的旅游场景,承载不同的旅游营销需求,实现交易到订单的有效转化,最终实现服务的精准覆盖。

具体而言:在流量方面,携程在大数据、算法以及私域流量管理的支撑下,提供目标人群精准画像——进而实现流量的定向分发、为广告主精准引流,最终实现交易和转化。

在内容方面,携程通过直播、榜单、社区三张“王牌”,打通线上线下内容渠道,汇集全网泛旅行内容核心创作者,实现内容产品一站式制作,为全域旅游营销提供强有力的内容支撑。

在商品方面,携程推出预售、优惠、促销等玩法。基于携程独有的供应链优势,用户可在交易环节一键触达产品的核心价值点,直击产品属性以及产品优缺点;再根据个人旅行需求,购买匹配的产品,实现交易的精准化。

用户打开携程时已经有了相对明确的交易需求,这是携程做内容交易转化的机会。携程将通过努力,让所有行业伙伴高效地匹配和管理流量、内容和商品,促进更多的出行和交易。

内容营销升级
商业与公益的双重输出

孙洁表示,“内容生态”未来将成为携程国际化征程上的新助力。尽管全球疫情形势依然不容小觑,但从去年底开始全球疫苗接种量快速增加,迄今已超过3亿剂。据中国旅游研究院预测,入境旅游市场有望在下半年有序启动。彼



■携程集团联合创始人兼董事局主席梁建章发布“旅游营销枢纽”战略。

时,携程将带着在国内市场积累的内容化经验继续征战国际市场,并形成独特的竞争优势。

孙波从“内容生态营销升级”的角度,讲解了“旅游营销枢纽”战略的实现路径。此后,携程直播、社区、星球号、商业化中心等业务负责人依次亮相,详解“旅游营销枢纽”战略在产品与运营上的具体落地。

在大会现场,梁建章与孙洁分别就乡村振兴、红色旅游发表主题演讲,进一步阐述了携程“旅游营销枢纽”战略对中国社会的公益价值。

梁建章表示,携程将自觉承担起乡村振兴大业中的使命担当,通过投入资金、技术、人力和营销资源等方式助力乡村振兴。同时,携程将建设“携程度假农

庄”,助力提升住宿体验,解决住宿短板,打造示范村落和民宿,进而促进全社会共同参与乡村振兴的建设。孙洁则对携程的红色旅游计划做了介绍:“我们将开展多项社会公益活动,弘扬红色爱国主义精神,预计全年带动5000万人次红色旅游。”

此外,大会现场,携程集团与三亚市旅游推广局宣布将联手打造“旅行本该三亚”目的地品牌。三亚和携程的合作,是携程“旅游营销枢纽”战略下,目的地和企业推动旅游全面升级的生动注解。据了解,在朝着成为泛旅游行业营销枢纽的目标下,携程“旅游营销枢纽”战略将持续为全域旅游产业赋能升级。包括目的地在内的生态链上伙伴都能参与其中,共创新增量、新收入。