

# 虎门国际服装交易会 11月炫日登场



**新快报 记者杨英杰报道** 记者昨日获悉,第26届中国(虎门)国际服装交易会暨2022大湾区时装周(秋季)(简称“服交会”),将于2022年在虎门炫日登场。

当前,虎门正立足东莞“双万”新起点,聚焦“科技创新+先进制造”,实施筑基、塑城、强核、提质、惠民“五大行动”,加快推动高质量发展、可持续发展。本届服交会应运而生,致力于引领时尚,成就品牌,

助力企业在常态化疫情新形势下多元化拓展市场、降低运营成本、提升竞争力,推动产业发展与新战略、新政策、新形势对接,与新模式、新技术、新业态融合,为虎门服装行业高质量发展打开全新局面。

值得一提的是,第三届中国(虎门)纺织面料辅料交易会将于11月25日至27日在同一地点虎门会展中心举行。“双展协同,无缝衔接”,将为此次服交会注入新活力。

届时,延续服交会的时尚热度,纺织服装上下游两大展会无缝衔接,完美融合,实现产业资源的优化整合;“数字赋能,就地升级”将为本届服交会带来不一样的时尚表达,本届服交会将与与时俱进,以3D、直播、VR、5G等技术赋能,推动服交会朝数字化、科技化、时尚化发展,实现服交会的就地升级,助力虎门建设粤港澳大湾区时尚中心、中国服装服饰时尚品牌名城、世界级时尚产业集群。

## 工商银行东莞分行 持续做好便民惠民服务

**新快报 讯** 7月以来,中国工商银行东莞分行(简称“东莞工行”)充分发挥营业网点的阵地优势,开展“工行驿站 清凉一夏”夏季送清凉主题活动,以贴心、暖心的服务为客户以及户外工作者送去一份清凉,积极践行社会责任。

据介绍,自2019年,东莞工行全面完成“工行驿站”惠民网点建设工作以来,营业网点全面配置“歇歇脚”“喝口水”“充充电”“上上网”等基础惠民服务及设施,免费为外卖快递小哥、保洁环卫工人等户外劳动者提供休息和歇脚之处,已经成为他们暖心的小“家”。

近期,该行进一步践行普惠公益惠民服务,以金融力量为广大群众提供用心、暖心、贴心的公益服务。网点工作人员在网点附近发现有因天气太热而身体不适的户外劳动者和老年客户,会主动邀请其进行堂休息。还会主动到网点周边,为户外劳动者送上矿泉水、消暑饮品、遮阳伞、湿纸巾等清凉物品,缓解酷暑压力。

一直以来,东莞工行坚持金融工作的政治性、人民性,以打造“人民满意银行”为目标,不断创新优化服务渠道,持续提升客户服务体验。该行持续加快营业网点硬件升级和环境治理,结合网点客户特色打造普惠、银发、校园、水乡等特色网点,建设了新市民服务示范点、工会爱心驿站、农村普惠金融服务点,大力支持“粤菜师傅”“广东技工”“南粤家政”三项民生工程,依托银政服务一体化将实现莞家政务服务上线工行网点智能终端,不断拓展金融生态建设,努力为广大市民提供舒心、贴心、放心的“智慧+”金融服务。(田晓霞)

## 稳定规模,突出价值 新华保险定调下半年发展方向



近日,新华保险举行2022年中期业绩发布会,党委书记、首席执行官、总裁李全携管理层出席。李全表示,上半年公司保持战略定力,深化“回归本源”,多措并举推动高质量发展,整体经营实现“稳中有进”。

2022年上半年,新华保险再度入围“双世界”500强,品牌价值彰显;总保费超千亿元,主业基础坚实;资产规模超过万亿元,投资风格稳健,与负债端形成良好联动效应;养老社区累计签署入住资格函353份,对应应缴保费超5亿元,延庆“颐享”社区筹备开业并推进体验式营销,康养产业发展更进一步;“智慧+”智能服务体系累计服务客户超1200万人次,“优客+”健康增值服务覆盖65万高端客户,重疾慰问先赔累计赔付金额约1亿元,客户服务体验和服务效率双提升。

下半年,新华保险将按照“稳定规模,突出价值”的业务导向,聚焦核心业务发展,加大产品创新力度,着力改善队伍质量,多措并举推动高质量发展。

推进产品多元化发展。以客

户需求为中心,加强产品创新,强化重点领域产品发展,不断完善产品体系,提升客户全生命周期风险保障水平。同时,积极整合内外部康养资源,拓展产品服务内涵和公司服务半径。

不断提升队伍质量。公司高管表示,建设精英代理人队伍将按照“提产能、优结构、稳增长”三步走。新华保险将持续推动“优计划”落地实施和“年轻化、专业化、城市化”营销队伍建设,探索营销队伍转型。

强化客户服务经营。持续推进“新华跑起来”活动,打造客户积累活动主线,同时创新活动方式,持续开展分类养老活动,强化队伍获客能力。升级“新时代”功能,加强客户保障缺口检视,提升队伍客户服务效率。

筑牢风控合规屏障。深入开展“1+N”风险管理工作,提升风险管理能力。持续落实“负面清单”工作机制,加强动态风险管理监测。持续防范案件风险,提升系统全员案件防控意识,守住案件防控底线。

## 新华保险2022年 “金融联合教育宣传活动”全面启动

人民银行、银保监会、证监会、国家网信办于2022年9月1日至9月30日联合开展“金融知识普及月 金融知识进万家 争做理性投资者 争做金融好网民”金融联合教育宣传活动。

本次活动突出四个“聚焦”,包括聚焦重点人群,围绕“一老一小”、新市民等分层次开展金融知识宣传教育,弥补金融消费者的金融知识短板;聚焦金融常识,对消费信贷、个人信息保护、数字化金融服务、银行理财打破刚兑等涉及日常生活的服务场景和高频事项开展教育宣传,提高金融消费者维护自身合法权益的能力;聚焦热点问题,针对非法吸存揽储、养老领域金融诈骗、电信诈骗、非法代理维权等侵害金融消费者权益和金融稳定安全的行为加大风险提示力度;聚焦跨越数字鸿沟,继续加大养老领域、涉老年群体金融知识普及,推动实现消费公平,切实解决老年人、残疾人等特殊群体在金融领域运用智能技术方面的困难。

新华保险高度重视,立即行动,认真组织开展本次金融联合教育宣传活动,以金融知识普及及进一步提升公众金融素养,促进国民金融健康,共建清朗网络空间,涵养良好金融生态。

活动期间,新华保险将面向重点人群、聚焦重点知识、创新多元手段,使教育宣传受众更有针对性,知识普及内容更加丰富,教育宣传更加灵活。

具体而言,新华保险将通过三方面实施。

一是开展系列教育宣传活动,包括精心开展“金融知识面对面”“金融知识图文秀”“以案说险在身边”等系列教育宣传活动,积极推进全民化的金融消费普及教育,并面向重点人群普及金融常识,同时通过发布系列金融知识普及卡通图文、刊发“以案说险”消费风险提示,开展“金融知识大咖讲”等形式普及金融知识,提示消费风险。



二是广泛开展员工教育和宣传引导。面向公司员工,组织开展金融知识学习培训和警示教育宣讲,面向社会公众充分利用公司内报内刊和自媒体矩阵,发布金融知识教育宣传图文、视频等,借助外部权威媒体广泛宣传普及金融知识,引导社会公众的认知。

三是试点开展“金融知识公益行”专项活动。创新开展公益性、有特色、针对性强的“金融知识公益行”专项教育宣传活动,试点建立“金融消费者公众教育示范区示范基地”,开展“金融知识、公益随行”教育宣传现场活动,打造具有特色的金融公益教育品牌。

新华保险将以本次“金融联合教育宣传活动”为契机,推进金融教育工作高质量发展,不断提升金融消费者提升获得感、幸福感和安全感。