

端午假期 广州各商圈旺丁又旺财

天河路商圈人流总量比去年同期增长4.4%,北京路步行街预计营业额比2019年同期增长27.7%

主题节目、消费券、优惠折扣……刚过去的端午节小长假,广州消费市场各大商圈、百货等重点商业载体结合端午习俗,花式打造互动体验及促销活动,不断释放消费潜力、提升市场活力,其中天河路商圈迎客约574万人次,北京路步行街客流同比大涨近30%,广百、友谊两大百货吸金逾7000万元,实现客流、销售“双旺”局面。

■新快报记者 陆妍思
通讯员 穗商务宣



■天德广场在端午期间举行“夜光声起”粤语主题音乐会。



■天环广场在端午期间举办内地首场史迪奇可爱主题快闪活动。



■广州市从化区温泉镇举办荔枝节暨文旅创意汇,端午卖荔枝。

天河路商圈迎客约574万人次

端午节期间,线下各大商场抢抓节日旺季,打造多种互动体验式的消费新场景:广州太古汇推出迪士尼“达菲与好友森林萌游”华南地区首次线下主题展览,人气担当玲娜贝儿与星黛露吸引大批市民游客趁端午假期到场打卡;天德广场借猎德涌一年一度的龙舟“招景”盛事推出夜光龙舟IP,为消费者提供非遗龙舟文化、融合亲水玩乐的创新体验;海珠广场新地标星寰推出端午主题纸塑装置“许愿池上的天竹战士”,同期亮相的还有星市集及端午专场音乐会……

各商家同时推出满减优惠、积分翻倍、低折扣促销等活动,如荔湾区领展

购物广场推出会员积分活动,满1积分、99积分、299积分兑换各类消费券;番禺区万民城举办热夏狂欢节满100减40元,开展端午“粽”动员。

据广州市商务局统计数据,天河路商圈人流总量约574万人次,同比2022年端午假期增长4.4%;北京路步行街累计客流101.4万人次,对比去年同期、2019年同期分别增长43.6%、24.6%,预计营业额总计1.52亿元,对比去年、2019年同期分别增长56.8%、27.7%;番禺长隆一万博商圈端午期间销售额超5000万元,同比增长3.5%,客流量约100万人次;黄埔区内大型商超通过开展多项促销活动,客流量达160万人次、同比增长31%,

销售额约8400万元、同比增长29%。

两大本土百货吸金逾7000万元

随着高考、中考结束,端午假期期间,市民休闲消费意愿增强,出行热度高涨,对市场消费带来一定提振作用。围绕岭南商旅集团“吃住行游购娱”全要素生活服务链条,广百百货、友谊商店等两大本土百货分别以“岭南盛夏·赏惠端午”“岭南盛夏·粽享乐趣”为主题推出端午节酬宾,推出应节食品主题展,广百、友谊实现销售突破7000万元,其中端午节当天销售超2800万元,客流、销售均实现同比双位数增长。尤其北京路步行街人潮如涌,广百北京路店

客流、销售同比去年增长30%。

端午期间,正值广州市商务局开展2023广州购车以旧换新补贴政策,投入政府补贴资金2亿元,促进汽车更新消费。天河区举办2023汽车促消费专项活动,重点在汽车、油品发放政府消费券和消费补贴,进一步丰富消费供给,提振消费信心。黄埔区发放“魅力黄埔 幸福就购”为主题的政府消费券,聚焦电商、汽车、家用消费品等大宗消费领域,让利于民、助商惠民。南沙区商务局联合银联、唯品会,向市民发放第三轮消费券,联动区内六福珠宝、茶里、良品铺子、溪木源等知名品牌,覆盖零售、餐饮业态,累计带动消费超过3000万元,有效营造节日消费氛围。

专题

科技创新赋能资产管理 广发卡以新规为指引守护消费者权益

信用卡新规实施近一年,信用卡机构对消费者权益的保护意识与举措日益强化。日前,广发信用卡中心以科技赋能贷后资产管理,在行业内首批上线新一代委外贷后管理统一平台和智能外呼机器人,让冷冰冰的科技为客户带来有温度的体验。

新的委外贷后管理统一平台运用了时下炙手可热的AI智能语音云技术。委外贷后管理合作机构在该平台上可以实施全程作业并接受语音云质检线上化全程管理。

通过运用先进科技,信用卡中心能够在平台上进行贷后资产管理委外作业的全程实时监测,进一步保障客户的合法权益,提升客户体验。目前该平台已实现对广发信用卡主要合作机构的覆盖,在更好地保障金融消费者权益的前提下提升资产质量的高效管理。同时,也对行业探索资产管理数智转型与高质量发展贡献先行经验。

“冷”科技提升客户“暖”体验

随着人工智能技术的发展和广泛应用,广发银行信用卡贷后资产管理工作也进入了智能化时代。在广发信用卡贷后管理上,广发信用卡将大数据、人工智能、智能语音、机器学习等技术深度渗透到贷后管理、客户服务的每一个环节。

在体验中,笔者对于委外贷后管理统一平台最深刻的印象是外呼提醒还款服务的环节。运用前沿的语音合成技术高度模拟的真人声音不仅声音甜美,沟通中更不存在一丝的情绪波动。相较于过往的人工对话,这样拥有高度可控情感的智能机器人在提醒还款的过程中最大化地避免了传统作业中因情绪起伏引发的客户体验不佳,保证了优质的服务态度始终如一地服务每一个客户的每一个时刻、每一种情绪。

即便经验老到的工作人员也无法确定每一次都能准确抓住客户内心的想法,这是长久以来客户需求洞察中的难题。而运用人工智能就可以通过大数据的自我学习跨越鸿沟。智能机器人的意图判断能力对每一次外呼过程的通话状态及结果进行自学习、自积累。每一通的外呼对机器人而言都是一次学习过程。不断丰富语料库支撑机器人持续完善,直至“百发百中”地准确理解、洞察客户的真实意图,进而提供最适合的解决方案。

人的情绪总会受到外界的影响而起

伏,但并非绝对无迹可寻。广发信用卡的智能机器人不仅可以与客户进行拟人化的多轮沟通,还在多次的数据积累中极力找寻客户情绪最平稳、最适宜沟通的时段,达到在最佳的时间做最对的事情,获取最好的结果。当机器人能够提供人类独有的温度,人力便从繁琐重复的工作中解放出来,去承担更加专业性和创造性的客户服务工作。过往耽于一线资产管理提醒工作的人员转而专注于优化数据模型及话术脚本,形成人机协同智能化资产管理的良性循环。

科技赋能人文,人文引领科技,最终让冷冰冰的科技拥有了人性的暖意,让客户感受到尊重、保护与善意的温度。

打造客户权益保护的“科技天眼”

信用卡行业发展近30年的情况显示,贷后资产管理提醒与催促业务的外包越细化,在效益和效率上的成就就越明显。但业务外判永远是一把双刃剑,伤人的那一刃总出现在客户体验上。

通过最新一代语音云技术的布控,委外贷后管理统一平台搭建了还款提醒、催促全过程记录、话术自动质检等创新业务模式。得益于此,广发信用卡中心可以做到实时全程监测机构的工作质量,实现监测外部机构还款提醒、催促的各类行为。这种实时化、自动化的监测很好地解决了传统管控滞后性弊端。

在体验后台上,笔者看到在工作人员电话外呼过程中,通话录音同步传输到平台,语音识别、语义理解、语音转文本等智能化技术对通话录音进行实时转化和监测,自动对外呼人员用语的规范性、作业的标准性进行识别判定,从而杜绝传统作业过程中存在的侵犯消费者权益行为。

各类科技加持的平台提升了银行运营管理的效率,广发信用卡的管理人员在平台上可以看到机构作业人数、作业时长、作业行为等智能化数据,并进行有效的监督和管理。

落实新规,让客户数据“不落地”

信息时代,个人信息备受关注。

守护客户的物质财富的同时,广发信用卡更依托科技的力量守护客户的信息财富。

广发信用卡新一代平台做到了客户数据隔离不落地,委外贷后资产管理机构可以在平台上进行全程作业。这强化了数据安全和客户隐私保障,全面规范机构的工作行为,切实为个人信息保护作出贡献。

广发信用卡相关业务负责人表示,信用卡新规要求银行机构落实管理责任,严格规范贷后资产管理中的各类行为,严格执行数据安全、个人信息保护等相关法律法规和征信管理规定。该平台的上线是对新规要求的深度落实,同时也是对个保法精神的积极践行。