

新华保险召开消费者权益保护 2024年年中工作会议

新快报讯 董事会、监事会、高级管理层审议消费者权益保护相关议案20余项；完成27款新产品、25项产品宣传资料、12次产品变更备案的审查；自助理赔免实物业务范围提升至77%，理赔自动化率提升至50%；政保业务理赔人次近75万，赔付金额超2.9亿元；“智多新”服务客户超800万人次，上线条款查询等新功能；“3·15”集中式金融教育活动6000余次，触达消费者近2500万人次；“日常性、经常性”金融教育活动近5500场，触及消费者超208万人次，创历史新高……这些一连串的数据，充分彰显了新华保险2024年上半年消保工作成效突出。

7月24日上午，新华保险召开消费者权益保护2024年年中工作会议。会议以推进公司消费者权益保护工作、助力公司高质量发展为目标，总结全系统上半年消保工作成果，分析当前面临的压力与挑战，并部署安排2024年下半年消保工作。

上半年 消保各项工作成效突出

公司党委委员、副总裁、消保事务委主任委员秦泓波作题为《凝心聚力 奋勇争先 以“大消保”工作格局推动公司高质量发展》的讲话。会议指出，上半年，公司深刻践行金融工作政治性、人民性，坚持“以客户为中心”的服务理念，以高质量党建引领高质量发展，在公司党委的领导

下，在董事会及执委会的带领下，全系统进一步提高了对消费者权益保护的重视程度，深化推动消保与公司经营发展相融互促，持续完善消保体系，强化业务经营全流程、各环节管控，取得了评价“双提升”、体系“双精进”、流程“双优化”、服务“双升级”、投诉“双下降”的喜人成绩。

下半年 加快推进和落实公司“大消保”工作格局

会议指出，下半年，公司将认真落实监管机构及公司党委对消保工作的要求，在董事会及执委会的带领下，坚持“125”的消保工作思路，贯彻“两全三头”管理，全流程融入消保因素，全员承担消保任务，在源头关注消保，从苗头加强消保，主要领导带头抓消保，做好消保管理提升“五篇文章”。

围绕下半年消保工作，会议提出“五感”的工作要求：要强化“消保工作 人人有责”的使命感，要强化“对标对表 落实到位”的责任感，要强化“不进则退 慢亦是退”的紧迫感，要强化“居安思危 未雨

绸缪”的危机感，要强化“当仁不让 勇争一流”的时代感。

公司执委会委员、总裁助理刘琛通报2023年度消保监管评价结果，并针对评价工作提出了“三个全、三个通、三到位”的工作要求。总公司客户服务部/消费者权益保护部代表消保事务委作了公司消保2024年上半年工作总结及下半年工作计划报告，系统总结了上半年工作成效，部署安排下半年重点工作，并对上半年投诉情况进行了分析。北京、江苏、安徽分公司分享了消费者权益保护工作成效。

(王宽)

东莞平安产险组织开展消费者权益保护专题培训

新快报讯 为全面提高消费者权益保护工作，近日，东莞平安产险举办消费者权益保护专题培训，推动消费者权益保护工作提质增效。

此次培训，东莞平安产险邀请消保专家，详细解读消保政策，帮助从业人员加深对消费者权益保护工作的理解，明确保险公司在消费者权益保护工作中的责任和义务。同时，结合实例讲解消费者投诉处理流程，提高客户投诉处理效率和满意度，确保消费者利益不受损害。

培训现场，东莞平安产险工作人员积极互动、深入交流，探讨消费者权益保护工作中遇到的实际问题。大家纷纷表示，培训加深了对



■东莞平安产险组织开展消费者权益保护专题培训。

相关法规和政策的理解，还掌握了实际操作中的技巧和方法，提升消费者权益保护工作中的应对能力。

未来，东莞平安产险将坚持以人民为中心的价值取向，全面加强消费者权益保护工作，不断完善相

关机制，提升工作人员的专业素质和服务水平，让诚实守信、稳健审慎、依法合规成为从业者的自觉遵循，切实为消费者办实事、解难题，不断提升市民群众金融服务的获得感、幸福感、安全感。

(李彤晖)

中国银行东莞分行： 向“新”而行 引金融“活水”赋能新质生产力发展

新快报讯 为做好科技金融大文章，中国银行东莞分行(以下简称“东莞中行”)积极作为，为培育新质生产力赋能增效，切实履行金融服务实体经济高质量发展的职责。

量身定制服务方案

东莞中行紧紧围绕“科技创新+先进制造”城市特色，积极做好科技型企业全生命周期服务。截至2024年6月末，东莞中行科技金融贷款突破440亿元、新增超32亿元，增速超8%，科技企业贷款户数超2000户。

东莞市某科技有限公司是一家在五轴数控机床领域具备国内领先研发潜力的企业。在初创期，规模小、生产能力有限，且研发支出高。“由于融资困难，公司2019年全年的营业收入不尽

如人意。面对高端的现代化市场，我们急需资金维持研发及扩产需求。”企业相关负责人说道。东莞中行根据企业需求，为企业量身定制信贷服务支持方案，有力满足企业资金需求。

今年以来，东莞中行不断加大科创企业的金融供给，为企业新增贷款额度近2500万元，更好满足企业经营相关金融需求。这是该行服务高端制造业，以金融赋能战略性新兴客群的缩影。

赋能小微助企纾困

近年来，东莞中行大力发展供应链金融业务，为抵质押物不足、自身规模不够的小微企业提供便捷的融资通道。“融易信”是该行供应链金融创新产品之一，该产品利用核心企业在中国银行的授信，为上游供应商提供线上化、

便捷高效的应收账款融资服务，有力支持上游小微企业生产经营，也解决了小微供应商融资难、融资贵的问题。今年以来，东莞中行在“融易信”产品项下依托17户核心企业共为142户中小微供应商企业提供超2.38亿元的融资支持，引金融“活水”为企业纾困解难。

值得一提的是，近年来，东莞中行从产品、服务、渠道、政策等方面，不断创新升级科技金融服务模式，全力支持当地企业科技创新和产业转型升级。针对大部分科技型企业“轻资产”的特点，积极为科创企业提供“低门槛、低成本、高效率”的金融服务，助力解决科创企业“融资难”问题。截至2024年5月末，东莞中行“中银科技通宝”产品服务客户超1200户，贷款余额超78亿元，有力支持新质生产力发展。

(田晓霞)

近200万人次参与 超级广发日 瑞幸咖啡活动受热捧

新快报讯 在广州珠江新城CBD工作的白领小张，周五上午给她的咖啡搭子发去“求点赞，抢超级广发日瑞幸咖啡买一赠一！”的小程序链接。只要获得三位好友的点赞，小张就能用9.9元购买两张29元瑞幸咖啡券。小张说，“上班的命都是超级广发日的咖啡给的！”超级广发日的活动对自己非常重要，可以帮她解决两天的咖啡需求。

自今年广发信用卡超级广发日瑞幸咖啡“买一赠一”活动上线以来，截至7月中旬已经累计有近200万人次参与，小张是其中之一。除了瑞幸咖啡，陆续上线的其他茶饮品牌也有超百万人次参与活动。

根据《2024中国城市咖啡发展报告》，2023年中国咖啡产业规模达到2654亿元，预计2024年将增至3133亿元，中国咖啡市场呈现出强劲的增长势头。截至2024年3月，国内连锁咖啡门店共计52308家，其中瑞幸等品牌占据较大市场份额。在咖啡消费群体方面，年轻化趋势明显，报告显示20至30岁之间的消费者群体是咖啡市场的核心消费人群，整体用户数及总交易额均超过半数。而在新式茶饮市场上，年轻人对奶茶的接受度、消费频次等也高于其他人群，极大地推动了奶茶市场的快速增长。

洞察到广阔的市场需求，广发信用卡也在持续深耕咖啡茶饮的年轻化市场，与瑞幸咖啡等合作伙伴共同开拓消费场景生态。在超级广发日活动期间，消费者通过邀请好友点赞、消费达标、微信支付&支付宝绑卡等方式，可在发现精彩APP享受“9.9元买2张29元瑞幸咖啡券”的“9.9元买一赠一”福利。从4月份上线至今，该活动在咖啡爱好者人群深受欢迎，每个活动日平均有超过10万人次参与。

在瑞幸咖啡之外，广发信用卡持续通过投入补贴年轻人提供优惠力度大、参与形式丰富的优惠活动。今年的超级广发日继续坚持大牌、买一赠一的品牌活动初心，吸引了咖啡茶饮、餐饮、石化等诸多领域的多个品牌加入，相继推出9.9元购瑞幸咖啡、麦当劳、奈雪的茶买一赠一，以及星巴克买一赠一、15元购喜茶券买一赠一、25元购中石化买一赠一等活动、50元购陶陶居券买一赠一等活动，持续为客户提供优惠福利。据了解，活动上线至今，已累计近700万人次参与，带来新增消费数百亿元。

(田晓霞)