

中国人寿——

发挥金融优势 强化风险管理

本报记者 李林宝

2021年3月19日至21日,第二十五届CBA(中国男篮职业联赛)全明星周末的赛场上,一个敦厚可爱的卡通牛形象吸引了观众的注意,中国人寿推出的这一吉祥物,展现了中国人寿“保险、投资、银行”三大业务板块协同发展的综合金融品牌形象。

连续18年入选《财富》世界500强,2020年名列第四十五位;连续14年入选世界品牌500强,2020年品牌价值达4158.61亿元。中国人寿依托人工智能、大数据、互联网等技术,不断推动产品服务升级。在投保时,采用人脸识别、空中签名、录音录像等技术手段保护个人信息安全;在投保后,对于长期寿险新单提供100%回访服务,全面保障客户权益。

为解决“理赔难”问题,2020年,中国人寿推出“重疾一日赔”服务,对身患重大疾病且满足理赔条件的客户,一天内完成理赔。截至目前,采用该方式赔付的案件数量累计近25万件。依托技术优势,打造“理赔支付+移动理赔+快捷支付”全流程智能化理赔模式,在发生重大突发事件时主动寻找出险客户,开通绿色通道。

融创中国——

坚持多元发展 共建美好城市

本报记者 刘书文

今年是实施“十四五”规划的开局之年,地产行业与实体经济、金融行业协同发展将进一步增强。新发展格局下,融创中国控股有限公司在内需消费扩大升级、城市发展动力加速的进程中迎来了全新发展机遇。

18年来,融创顺应市场需求和发展方向,坚持“全国优势布局和高端精品”的发展战略。去年,融创中国将企业定位升级为“美好城市共建者”,致力于通过高品质的产品与服务,助力我国城市高质量发展。

在地产主业基础上,融创将紧密围绕消费升级和城市未来发展的趋势,布局文旅、文化、会议会展、医疗健康等产业。目前,融创文旅已布局13座文旅城、5个旅游度假区、19个雪世界、150个酒店、22个主题乐园等。

近年来,中国冰雪产业以冬奥会为契机实现快速发展。依托国际水准的雪场建造技术和品质运营服务,融创深耕冰雪产业,已发展成为目前全球最大的室内滑雪场运营者。其中,位于广州的融创雪世界在开业15个月实现游客接待量破百万。通过多项举措并行,融创正在推动华南冰雪“冷资源”向“热经济”

润泽科技——

服务数字经济 提供基础支撑

本报记者 张腾扬

走进润泽(廊坊)国际信息港的园区,大数据中心运行着数以万计的服务器。这些超大规模数字经济基础设施集群,存储、运算着与老百姓息息相关的海量数据。

如今,无论电子商务、社交媒体、资讯服务、线上教育等平台,还是视频会议、线上娱乐、生活服务等平台,大数据已得到广泛应用,并逐渐演变成国家基础性战略资源,成为数字经济发展的引擎。润泽科技发展有限公司董事长周超男说。

为建设更加稳定、安全、可靠的大数据中心,润泽科技在全国积极推动一体化大数据中心的规划和建设,深耕大数据中心产业,立足京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝经济圈投资和运营高等级大数据中心产业集群,为战略性新兴产业和数字经济发展贡献力量。以技术创新为根,以产业升级为

本,积蓄企业发展中的创新力量,用过硬的数据中心,展现品质担当。在技术创新方面,润泽科技注重数据中心关联技术的研发与投入,面向数据中心运营独立开发了数据中心运维管理信息系统,针对基础设施、IT设备、信息与数据、应用等方面展开数据中心的运维管理,大大提高了机房管理效率,为基础设施和信息系统提供稳定、安全、可靠的运行环境。技术标准方面,润泽科技重视数据中心标准及规范,2020年1月,润泽(廊坊)国际信息港成功通过UPTIME国际第三方认证机构园区级运营及管理认证、数据中心设计认证以及运维操作专家认证。其中,润泽(廊坊)国际信息港荣获园区级数据中心认证,标志着润泽科技数据中心设计、建设、运营正在与国际标准接轨。我国数字经济产业发展日新月异,大数据中心产业发展迎来好时代、好机遇、好环境。在“十四五”开局之年,润泽科技将加满油、把稳舵、鼓足劲,坚定不移助力数字经济产业高质量发展。

为助力打赢疫情防控阻击战,中国人寿捐赠保险保障总额超1.2万亿元,为抗疫企业授信超1000亿元。为全力服务“六稳”“六保”,投资超长期政府债券2822亿元,全系统招聘1.3万余人,普惠型小微企业贷款余额1285亿元。积极支持污染防治,绿色信贷余额300亿元。

健康新村工程、革命老区医疗救助、助养地震孤儿……中国人寿致力于救灾、助学等公益活动,于2007年发起成立国内金融业首家在民政部登记注册的非公募基金会——中国人寿慈善基金会,中国人寿集团成员单位广发银行设有广发希望慈善基金,共同累计对外捐赠近6亿元,先后开展一大批注重长远的公益项目,获得了慈善领域政府最高奖项。

从政策性业务到普惠保险,从参与社会治理到公益慈善,中国人寿不断发挥金融优势,以实际行动回馈社会。中国人寿集团董事长王滨表示,作为国有金融保险机构,要充分发挥国有企业的政治优势和专业机构的风险管理职能,助力推进国家治理体系和治理能力现代化,通过实际行动展现中国人寿的责任。

转变,助力中国冰雪经济高速发展,助推国家“三亿人参与冰雪运动”目标的实现。

在文化领域,融创坚持“IP+内容+新消费新场景”的发展战略,为中国用户提供高品质影视文化产品与服务。目前,融创影视累计电影票房已突破180亿元;融创动画成立九大导演工作室。融创持续构建多元需求的IP矩阵,搭建新消费、新场景下的IP商业化平台。

会展经济也是融创深耕的产业之一。以会展经济推动城市和区域产业融入发展新格局,目前,融创会议会展在全国拥有八大国际会议会展中心,截至2020年,融创共承接各类展览2300场以上,各类会议活动5000余场,接待参展参会人员超1亿人次。

目前,融创的产业布局已经进入全国超120座城市,为众多家庭提供美好生活服务。通过产品升级、产业落地、文化传承等“新供给”为城市带来更多活力与精彩。未来,融创将继续发挥产业优势,深耕中国城市发展脉络,持续践行美好城市共建者的社会责任使命,为广大家庭提供美好生活服务。

中国品牌日 CHINA BRAND DAY 特别报道



图①:位于河北廊坊的京津冀大数据创新应用中心。图②:消费者在使用云闪付购物。图③:游客在四川成都融创雪世界游玩。图④:恒洁广东佛山研发中心实验室。图⑤:中国人寿工作人员在云南向当地居民宣传养老保险。图⑥:位于广东深圳的宝能集团全球总部基地所在地——宝能中心。本版图片均为资料图片 版式设计:张丹峰

中国银联——

秉承支付为民 优化跨境服务

本报记者 刘书文

中国银联的90多亿张银联卡已走入千家万户,是大众熟知的支付品牌之一。

自成立以来,银联始终秉承“支付为民”理念,持续升级普惠便民能力,从银行卡支付到移动支付,银联深入开展移动支付便民工程,显著提升各场景用户支付效率与用户体验。在全国37个城市地铁、1700多个城市和县域公交、近22万家零售商户,随处可见银联移动支付的身影。2020年,银联网络转账交易金额205.6万亿元。2021年春节期间,银联网络交易金额达到1.38万亿元,创历史新高。峰值每秒24万笔交易的保障能力,为激活国内市场提供了稳定的支付基础。

2017年,银联正式发布云闪付APP。如今,云闪付不断集成数字化功能及服务,跨行账户管理功能日趋完善,信息架构不断调整优化,内容服务日益丰富,用户数量超过4亿。以云闪付APP等银联移动支付产品为抓手,银联正在向合作APP开放智慧出行、政务一网通办、数字校园平台等,推动整个产业向数字化方向快速发展。

2020年,银联又创新推出首款数字银行卡——银联无界卡,为用

户提供从申卡、领卡到用卡的全流程数字化服务。截至2021年3月,已联合18家银行发行23款,共计310多万张无界卡。当前,中国银联创新打造“银联云”服务平台,为金融业提供安全可靠、高效专业的金融级云服务。

以“全球网络,国际品牌”为目标,银联的足迹已经延伸至全球180个国家和地区,境内外受理总商户数达到5500万。全球发行的银联卡总量超过90亿张,在亚太,每新增发行4张银行卡,就有一张是“银联”品牌。同时,银联还在不断推动全球移动支付受理环境建设,目前境外已有93个国家和地区,超过800万家商户支持银联二维码或银联手机闪付,用卡环境持续优化。

以“本地化”和“互联互通”为发展方向,以数字化的产品服务为抓手,银联正服务于越来越多的境内外消费者和企业,为便利跨境贸易、打通国内国际双循环创造良好的基础环境。

在全球数字化浪潮中,中国银联将始终秉承开放合作的共赢精神,携手商业银行等各方,共同推动支付产业的数字化转型。

宝能汽车集团——

加强自主研发 打造民族品牌

本报记者 李林宝

“核心零部件和产品技术完全自主研发,冬测性能这么好,足以证明实力不凡。”在今年2月的黑龙江省第三方测试基地,一位基地工作人员看到宝能汽车集团自主研发的高端品牌首款电动车GX16的冬测结果后表示,“我国要从汽车大国迈向汽车强国,在激烈的国际竞争中占据主流,要靠自主研发立足。”宝能汽车集团负责人表示,近年来,宝能汽车集团在产品技术、核心零部件、智能系统等领域深耕细作,自主研发成果丰硕。

为打破国内车企在电机和电控上依赖外部供应商的局面,宝能汽车集团自主研发电动车技术,用两年时间开发出新能源xEV平台,2020年9月在北京车展发布。该平台可支持纯电动、插电式混合动力等多种动力形式,基于该平台打造的首款车型已于2020年11月在宝能汽车集团西安基地成功下线。

2019年1月,宝能汽车集团旗下创新新能源公司成立,致力于打造世界级动力电池“智造”工厂。截至2020年底,该公司全年累计获得授权专利数量超过140件,自主研发的LBP(叠层电池包)软包电池已具备国际领先性。

在智能网联领域,宝能汽车集团依然自主研发。2020年11月,宝能汽车集团成立前海七创科技有限公司,重点在车规级芯片、车辆控制等多个智能网联领域发力。截至2020年底,已组建近千人的高端软件人才队伍。

2020年在生产制造端,宝能汽车集团完成了对原长安标致雪铁龙汽车有限公司的收购,拥有了生产国际豪华汽车品牌、供应全球的能力。在渠道端,“千家直营店”战略基本落地。在服务端,成立充电服务公司,布局汽车充电领域。

“经过近4年努力,宝能汽车集团自主打造了‘研发—制造—销售—后市场—出行’的汽车全产业链生态。”宝能汽车集团负责人介绍,同时,宝能汽车集团通过先进的智能网联技术,大力推动旗下多元化业务生态与汽车产业形成良性互动,构建一个更大的生态圈,充分满足车主的出行、健康、理财、旅游、生活等全方位需求。

“宝能汽车集团将积极抓住全球新能源汽车产业转型升级的契机,为我国民族汽车工业的发展贡献更大力量。”宝能汽车集团负责人表示。

恒洁集团——

推进智能制造 提升消费体验

本报记者 刘书文

多年来恒洁卫浴集团有限公司不断推陈出新,从单一陶瓷洁具工厂,到如今的卫浴智能制造领军企业,恒洁集团始终严格质量管理,不断开发和优化产品技术,目前已经具备了提供包括智能马桶、普通马桶、浴室柜、花洒等全品类、全场景卫浴空间解决方案的能力,为千家万户提供更好的卫浴生活体验。

产品,是品牌赖以生存之根本,只有通过持续创新给用户带来极致的产品体验,才能最终赢得市场。把“恒净除菌系统”装进马桶的智能双Q坐便器,通过“木合金”创新材质及工艺技术有效防霉减少细菌滋生的木合金浴室柜,一键切换、精准温控的新翼平台花洒,采用航空级型材和可调距技术建造的易至淋浴房……恒洁通过兼具实用和人性化的研发创新设计,创造出更好的使用体验。

不仅专注产品的创新研发,恒洁更早期着眼于产业上游的自主制造。自1998年创立以来,恒洁就开始逐步布局智能制造,先后建成智能产品、陶瓷洁具、浴室柜、龙头花洒、淋浴房及浴缸等五大品类生产

智造基地,并实现多智造基地协同一体化。去年,恒洁的智能洁具全自动生产线在佛山正式投产,以机器取代人工,产品全程不落地,实现全流程的自动化和数字化管控,提高效率保证品质,更好满足消费者对健康、安全、舒适、便捷的居家生活需求,恒洁智能卫浴产品竞争力得到大幅提升。

恒洁集团一直注重消费者的体验。目前恒洁在全国400多个城市设立超过3000个专卖店,提供专业、简洁、大气、优雅的体验空间。推出的“1350一生为您”阳光绿色服务通道,为数以千计的家庭提供了卫浴产品安装、售后服务。通过在业内率先提出“智能坐便器整机六年质保”服务,让消费者在购买和使用智能坐便器更安心。

持续创新发展离不开人才。今年,恒洁将在全球招聘200名工程师,进行原创技术沉淀,强化产品研发能力。恒洁相关负责人表示,“我们鼓励研发团队致力解决市场普遍存在且很难解决的问题,以最高标准要求,技术研发上占领制高点,走出一条自主创新升级的道路。”