

华侨城集团——

深化品牌建设 添彩美好生活

本报记者 王洲

刚刚过去的“五一”假期,华侨城旗下的欢乐谷连锁主题公园、襄阳奇幻度假区、深圳欢乐海岸等文旅项目以创新产品和优质服务,更好地满足人们消费升级和提升生活品质的需求,助力消费回暖。5天时间,华侨城景区共计接待游客596万人次,按可比口径较去年增长148%,恢复速度大幅领跑行业。

多年来,华侨城深耕主业,不断提升专业能力,持续深化品牌建设,为高质量发展聚势赋能。

锚定高质量发展目标,华侨城坚持供给侧结构性改革,加快推进“两核三维多点”旅游业务新发展格局;欢乐谷品牌成立25周年,深圳欢乐谷迷你世界·冒险山项目预计今年暑期建成开放;成都欢乐谷与腾讯音乐娱乐集团签署合作协议,致力于为游客提供多维度旅游消费体验;华侨城旅发集团与山西省人民政府共同推进相关景区5A创建和提升规划;北京欢乐谷七期、南京欢乐滨江等项目的建设有序推进……2023年一季度,华侨城主题公园游

客接待量、营业收入较2019年同期均有较大增长,多家主题公园关键经营指标全面超越历史同期最优值;华侨城在滇景区共接待游客616万人次,比2022年同期增长219%,旅游收入已恢复至2019年同期水平。

党的二十大报告提出:“坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合发展。”作为获评“全国文化企业30强”和“中国旅游集团20强”的企业,华侨城不断推动文旅融合向更广范围、更深层次、更高水平发展。今年是共建“一带一路”倡议提出10周年,华侨城争当中华优秀传统文化“走出去”的排头兵和传播者,位于柬埔寨的中柬文化创意园将于年内开业,大型舞蹈史诗剧目《吴哥的微笑》也将同时升级迎客,积极打造集演艺、博物馆、文化交流于一体的文旅整合示范项目。

未来,华侨城集团将踔厉奋发、笃行不怠,坚定发展信心,深化改革创新,持续擦亮“优质生活理想家”金字招牌,朝着建设具有全球竞争力的世界一流企业的目标不断奋进。

恒洁集团——

秉持专业实力 升级品质服务

本报记者 刘书文

近日,卫浴行业著名品牌恒洁推出全新品牌主张“选品质,就是选生活”,引导企业品牌从“卫浴好物”向“品质生活”转变。此次是恒洁继2017年品牌全方位升级之后的再度升级,通过全新的品牌主张深化对“品质”的理解,在坚持产品和服务品质至上的同时,表达对品质生活的追求。

自1998年创立至今,恒洁坚持专注于卫浴产品的研发与生产,并实现了产品、品牌、门店、渠道、传播等各个层面的快速发展,以专注品质的卫浴新国货品牌形象,通过提供高品质的产品和服务,为千千万万个中国家庭带来品质美好生活。

恒洁不仅以智能一体机产品、定制浴室柜、超旋风节水坐便器等标杆产品满足中国家庭品质生活需求,也依托新颖的营销方式,打造“新国货”卫浴品牌,赢得消费者的认可。目前,恒洁在各地设有3000多家品牌专卖店以及高效的立体渠道,为消费者提供全程无忧的品质服务。

超千项国家专利、全品类研发创新中心,总面积大于6000平方米的恒洁实验室……在

创新研发的道路上,恒洁加强自主创新力度,聚焦产品研发,不断将智能科技应用于产品中。

随着消费升级,恒洁以智能卫浴为抓手,进一步推动卫浴空间全品类产品品质升级。在品牌升级的同时,恒洁也将为消费者提供“全卫空间解决方案”,切实为中国家庭带来更有品质的消费体验。

以技术产品为基石,恒洁全面推进高品质服务体系。通过完善的客户关怀系统为消费者提供7x24小时人工在线服务;在400多个城市设立3000多个服务网点,推出“恒洁智能坐便器整机6年质保”服务,让消费者放心购买;针对消费者对卫生间升级改造的需求,2021年,恒洁推出“恒洁闪装”创新服务解决方案,其中“3小时快速全卫换装+8大免费服务”成为恒洁高品质服务的新亮点。

去年,恒洁还与重庆新华书城合作进行书店空间改造,将“环保健康”“可持续理念”落实到每一个细节,全方位守护公共卫生空间的品质。坚持以高品质产品为导向,以消费者需求为中心,通过产品研发和渠道创新,恒洁始终努力打造行业领先的“品质生活方式”品牌。

兴业银行——

加快数字转型 促进经济发展

本报记者 宋静思

2023年初,通过福建省科技特派员推荐,尤溪久泰现代农业发展有限公司从兴业银行三明分行获“科特派”金融服务专案300万元信用融资,解了燃眉之急。

兴业银行探索“金融+科特派”服务新模式,推出“科特派”金融服务专案。目前“科特派”金融服务专案在福建已投放超过3亿元。

近年来,兴业银行加快推进“数字兴业”,促进“科技—产业—金融”良性循环,推动实体经济高质量发展。

针对科创企业轻资产、高成长、高风险等特点,兴业银行创新推出“技术流”授信评价体系,将数据作为企业的“第四张报表”,依据数据资产评价企业,对企业科技人才、知识产权和科技创新实力等实现精准量化识别,将技术“软实力”转化为融资“硬指标”。

数据是数字经济的重要生产要素,兴业银行将加快推进数据价值化作为服务数字经济发展的关键。去年第五届数字中国建设峰会前夕,兴业银行升级兴业普惠、兴业管家、兴业

生活、钱大掌柜、银银平台“五大线上品牌”,实现互联互通,将金融服务融入更多生产生活场景,让大数据转化为生产力。

以兴业普惠平台为例,该平台面向小微企业和“三农”等普惠客户,以线上融资为重点,通过缓解银企信息不对称、业务“线上办”等措施,为中小微企业、个体工商户等提供涵盖“金融+非金融”的综合服务。2022年,兴业普惠平台累计解决融资需求3.39万笔,金额1005.81亿元。

作为第十家数字人民币运营机构,兴业银行积极参与“数字中国”新基建,成功上线数字人民币“钱包”,积极拓展数字人民币在批发零售、餐饮文旅、政务缴费等领域应用场景,在试点城市热门商圈推出“数惠民生·焕新消费”“妆备焕新”等数字人民币消费优惠活动,上线港澳台同胞数字人民币“钱包”业务,有效推进数字人民币试点工作扩面增量。同时发挥同业金融优势,为中小银行提供数字人民币2.5层建设服务,让更多企业和群众感受到数字人民币的便利。



邮储银行北京分行——

践行金融惠民 助力绿色出行

本报记者 赵梦阳

近日,邮储银行北京分行携手“亿通行”APP推出“1分钱乘地铁”的出行系列优惠活动——从今年4月6日到12月31日,乘客使用“亿通行”APP,并绑定邮储银行信用卡,在过闸时扫码支付即可享受优惠,活动期内最高可优惠1000元。邮储银行北京分行用实实在在的服务举措,助力首都群众绿色低碳、便捷出行。

邮储银行北京分行党委书记周颖表示,“1分钱乘地铁”活动既是助力实现“双碳”目标的生动实践,也是邮储银行北京分行助力恢复和扩大消费、提振市场信心的务实举措。截至2022年末,邮储银行北京分行绿色贷款余额594.8亿元,占各项贷款比重29.15%。

消费事关千家万户,邮储银行北京分行为营造消费氛围、释放消费潜力、助力实体经济稳步增长贡献金融力量。据介绍,除“1分钱乘地铁”外,邮储银行北京分行还开展信用卡系列消费满减优惠活动,将实惠便利送给更多首都群众。推出“乡村加邮购车季”活动,开展消费信贷优惠活动,满足首都群众个性化、多

样化消费需求,让消费“热”起来。为满足首都群众购房需求,邮储银行北京分行在住房按揭贷款的审批效率、额度倾斜等方面给予优先保障,为购房客户提供一站式服务。积极推进“带押过户”模式落地,便利居民住房交易,降低交易成本。

邮储银行北京分行还持续优化金融服务,推动餐饮业发展。根据餐饮企业的经营实际提供智慧点餐、收单数币结算、代发工资等服务。

作为数字人民币运营机构,邮储银行北京分行顺应数字化经济发展趋势,加速拓展数字人民币应用场景,给消费者带来便利。因地制宜完善个人养老金账户开立、信用卡、手机银行等一揽子金融服务,打出优质金融产品叠加高效服务能力的“组合拳”。

针对新市民群体在重点领域的金融需求,邮储银行北京分行连续推出新市民“U+卡”、美团骑手卡、“新市民亲情暖心钱包”等服务,成立“新市民服务中心”,切实提高新市民金融服务的可得性和便利性。

vivo——

坚持品牌创新 牢记社会责任

本报记者 吴姗

在手机日益智能化的历程中,作为中国智能手机著名品牌之一,vivo在科研创新和市场竞争日趋激烈、产业链与价值链加速重构的当下,坚持品牌创新和科技创新,让创新流淌在企业“基因”中。

一直以来,vivo专注于“用户导向型创新”和“底层研发”,坚持自主研发和联合研发相结合,将芯片作为支撑影像、操作系统、性能等“长赛道”的支点,为vivo打造高端产品建立了坚实的基础。

自2020年起,围绕“用户导向”,vivo选择了影像、设计、系统和性能4条重点“长赛道”。其中,vivo自主研发的专业影像芯片V1、V1+和V2,不仅让更多人关注到了vivo的创新研发实力,还让vivo在移动影像领域进入硬件级算法时代;操作系统OriginOS 3凭借底层技术的自主研发,给用户提供了更流畅便捷的使用体验。OriginOS 3实现了手机运行高负荷应用的同时,能够分给前台应用更多的资源,缓解卡顿问题。

这些创新举措,让vivo确立了“高端化战略”作为品牌工作的重点,从vivo X Fold高

端商务旗舰,到vivo X Fold+折叠屏产品,再到大折叠屏手机vivo X Fold2和小折叠屏手机vivo X Flip,每一个新产品的推出,vivo都得到了消费者的认可。

“永远保持平常心,坚持做正确的事,力求把事情做正确”是vivo多年来一直坚持的价值观。自vivo创立以来,打造健康长久的科技品牌便成为公司基因。

从2022年开始,vivo每年发布一次《vivo可持续发展报告》,向全社会传递“科技照亮美好未来”的可持续发展理念,推动“科技共享”“绿色共生”“价值共创”“社会共益”4方面的实践落地生根。具体举措包括面向听障用户的“声声不息”公益计划和环保领域的“国家公园守护行动”,2022年7月,vivo又启动了“童画未来公益计划”,致力于推动美育发展,助力乡村振兴。

vivo的发展历程,彰显中国科技企业不忘初心使命、牢记社会责任,积极运用自身发展的能力,将之转化为对社会和公众更广泛、更有益的服务,满足人民群众对美好生活的向往。



图①:深圳世界之窗。
图②:邮储银行北京分行开展“1分钱乘地铁”活动。
图③:恒洁卫浴全新门店。
图④:vivo全球总部。
图⑤:杭州物产中大元通电缆有限公司的特种线缆车间。兴业银行杭州分行为物产集团旗下多家线缆企业提供授信,支持企业发展。

本版图片均为资料图片
版式设计:蔡华伟