

扎根民生创品牌 暖心服务赢赞誉

——工行四平东路支行书写金融服务答卷

全媒体记者 王冬雪

金融风采

几年来,工行四平东路支行始终坚守为民服务的初心,按照省、市文明办“培树新风尚 文明月月行”城市建设活动安排,以丰富多元的亮点服务,为市民的生活与城市的发展添砖加瓦。



贴心服务 打造有温度的金融港湾

走进工行四平分行东路支行,几面鲜艳的锦旗悬挂在入门处,时间最近的是今年3月,牛女士所赠,上面写着“工作负责,认真细致,真心帮助,贴心服务。”工作人员对牛女士印象深刻,3月的一天,牛女士到支行存钱,误将自己已故母亲的银行卡递入窗口,并将几万块钱存到了卡里,发现自己存错后,不知密码无法取款,工作人员如按流程需走继承手续才能帮她取钱,但是继承程序走下来繁琐且耗费精力,工作人员多方协调后帮她简化了流程,让牛女士当天就办理了取款。她万分感激,隔日送来了锦旗。

东路支行一直将客户服务放在首位,致力于于为每一位前来办理业务的市民提供优质、高效且贴心的服务体验。支行工作人员秉持着耐心、细心、责任心,无论是解答客户关于储蓄、理财的常规咨询,还是协助老年人完成复杂的电子银行业务操作,都展现出极高

的专业素养与人文关怀。

为方便市民,支行还特别优化了业务流程。通过智能化设备的引入与人员合理调配,大大缩短了客户排队等候时间。同时,在厅堂设置了“爱心专座”“母婴室”等便民区域,为特殊群体提供便利,真正将金融服务打造成有温度的民生关怀。市民李大爷感慨地说:“我年纪大了,对电子设备不太会用,每次来东路支行办业务,工作人员都手把手教我,特别有耐心。上次我要给外地的儿子转账,心里急得不行,多亏他们一步步指导,才顺顺利利转了账,这服务太贴心啦!”

助力普惠金融 为小微企业“贷”来生机

年初以来,东路支行认真贯彻落实省、市行经营工作会议精神,围绕分行“四个银行建设”总体定位和“六提升”工作要求,在市场竞争中奋勇争先,旺季营销主要指标稳中有进、稳中提效,经营发展逐步向好,

持续向上,交出了一份优于预期的成绩单。

在支持小微企业发展方面,东路支行积极响应国家普惠金融政策,将新一代经营快贷、e企快贷、种植e贷等业务作为普惠业务主力军。支行领导班子靠前指挥,成立营销小队走进乡村、企业,积极拓展客户资源。网点全员走出柜台进行营销,依托线上种植贷产品,加强与农担公司合作力度,提升普惠金融服务水平。

数据显示,一季度支行银保普惠口径贷款完成率123%;银保普惠口径客户增量13户,涉农贷款完成额3721万元,完成率298%。普惠型涉农贷款2056万元,完成率374%。某本地小微企业负责人激动地表示:“去年公司拓展业务急需资金周转,多亏了工行银行四平分行东路支行的‘经营快贷’,几天时间资金就到账了,帮我们顺利渡过难关,业务得以顺利开展。这家银行真的是我们小微企业的及时雨!以后有金融需求,肯定还找他们。”

聚焦个人金融 定制专属财富规划

针对市民日益增长的财富管理需求,东路支行配备了专业的理财团队。团队成员均具备丰富的金融知识,能够根据客户的风险偏好、财务状况和投资目标,量身定制个性化的财富规划方案。无论是稳健型的定期存款、国债产品,还是追求收益的基金、理财产品,客户都能在东路支行找到适合自己的选择。

东路支行还定期举办金融知识讲座与投资者教育活动,邀请专家为市民讲解理财知识、市场动态以及防范金融诈骗技巧,提升市民的金融素养,帮助他们在复杂多变的金融市场中做出明智决策,守护好自己的“钱袋子”。客户王女士分享道:“我之前对理财一知半解,在东路支行理财经理的帮助下,制定了专属的理财规划,现在我的资产配置更合理了,收益也稳步增长。而且他们举办的金融知识讲座特别实用,让我避免了很多潜在的金融风险,真的太感谢他们了!”

从锦旗上的真挚谢意,到成绩单上的亮眼数据,工行东路支行以实干践行“金融为民”的使命,用专业与温情赢得客户信赖。未来,东路支行将继续以“培树新风尚 文明月月行”为指引,深耕普惠金融,创新便民服务。不仅如此,工行还将秉承服务社会的理念,积极参与社区共建、金融知识进万家等活动,主动融入基层治理工作,在服务民生、助力社会发展的道路上持续发力,贡献更多的工行力量。

经济资讯

前5月我国货物贸易进出口 同比增长2.5%

海关总署6月9日发布数据显示,今年前5个月,我国货物贸易进出口总值17.94万亿元,同比增长2.5%,增速较前4个月加快0.1个百分点。其中,出口增长7.2%,进口下降3.8%。

5月当月进出口3.81万亿元,比去年同期增长2.7%。其中,出口增长6.3%,进口下降2.1%。

海关总署统计分析师吕大良表示,今年以来,我国经济持续回升向好,货物贸易在外部压力下保持较强韧性。进入5月份,我国进出口延续增长态势,特别是中美经贸高层会谈之后,增速明显加快,当月在同比少2个工作日的前提下,实现平稳增长。

出口方面,机电产品仍为我国出口主力。前5个月,我国出口机电产品6.4万亿元,同比增长9.3%,占出口比重的六成。其中,工业机器人、电动汽车、集成电路、工程机械分别增长55.4%、19%、18.9%、10.7%。

进口方面,铁矿砂、原油和煤等主要大宗商品进口价格下跌,机

电产品进口值增长。

作为进出口贸易的主要方式,前5个月,我国一般贸易进出口同比增长0.8%,占我国外贸总值的64.2%。加工贸易和以保税物流方式进出口分别增长6.2%和5.9%。

前5个月,外贸第一大经营主体——民营企业进出口10.25万亿元,同比增长7%,占我国外贸总值的57.1%,比去年同期提升2.4个百分点。同期,外商投资企业进出口增长2.3%,其中,5月份增长4%,月度进出口值连续4个月保持增长。

东盟、欧盟、美国为我国前三大贸易伙伴。前5个月,我国与东盟贸易总值为3.02万亿元,同比增长9.1%,占我国外贸总值的16.8%。对欧盟、美国进出口分别为增长2.9%和下降8.1%。

值得一提的是,同期,我国对共建“一带一路”国家合计进出口9.24万亿元,同比增长4.2%;对非洲国家进出口9632.1亿元,增长12.4%,规模创历史同期新高。

(新华社)

前5个月税务部门办理 跨区域通办业务超52万笔

国家税务总局6月9日发布数据显示,今年前5个月,税务部门累计办理跨区域通办业务52.77万笔;全国有1.47万户纳税人顺利完成跨省迁移,同比增长13.52%。

记者了解到,税务部门不断加强作风建设,聚焦企业跨区域经营和群众异地办事需求,持续优化跨区域通办、跨区域迁移等服务举措,进一步提升行政效能推动“高效办成一件事”。

聚焦企业和群众异地业务办理不便问题,税务部门积极完善服务运营体系,深化拓展跨区域通办,依托征纳互动构建“远程虚拟窗口”,运用远程身份核验、音视频交互等,打造收件、办理两地“资料线上提交、流程线上流转、全域协同处理、实时在线

反馈”的协作模式。该服务上线后,纳税人进入任何一个综合性办税服务厅或线上发起互动,均可以办理全国业务,有效降低办税缴费成本。

聚焦经营主体跨区域迁移环节多、多头跑等难题,税务部门从优化事前提醒、提速事中办理、完善事后服务全环节推出系列举措,进一步便利纳税人跨区域迁移。同时,税务总局等四部门联合印发《关于推动高效办成企业迁移登记“一件事”的指导意见》,通过“流程再造、系统优化、业务协同、完善规则”,推动企业迁移登记实现“一次办、便捷办、高效办”。目前,迁移事项平均办理时长压缩了5至10天,符合条件的企业当天即可顺利迁出。

(新华社)

助力民营经济高质量发展 市监局精准调解专利侵权纠纷

本报讯(全媒体记者刘莉)近日,市市场监督管理局充分发挥知识产权保护职能,妥善化解一起外地企业投诉我市2家重点农机制造企业专利侵权纠纷案件,及时为年产值近千万元的两家民营企业纾困解难,有效维护了企业创新成果和合法权益。

在案件处理过程中,市市场监督管理局多措并举为企业排忧解难:建立快速响应机制,执法人员多次深入生产一线,实地核查专利技术应用情况;搭建专业支撑平台,主动对接北京专利审协、长春知识产权法庭等技术机构,联合省知识产权保护中心开展侵权判定;创新纠纷解决模式,通过“技术分析+法律研判”双轨并进,通过主动撤回处理请求的方式化解纠纷,有效维护了企业正常生产经营秩序,直接挽回企业潜在经济损失。

市市场监督管理局将继续强化知识产权保护力度,优化维权服务机制,为企业创新发展保驾护航,助力营造良好营商环境。



帐篷、天幕、防潮垫、折叠桌椅、露营车……随着气温逐渐升高,露营成为人们踏青游玩的热门选择,从户外装备到露营地,露营经济全链条展现出强劲的消费活力。这是在我市一处露营地内,市民正在烧烤游玩。

全媒体记者 常欣月 摄

防晒衣不防晒 消费者防不胜防

经济论坛

近日,媒体曝光的“不防晒的防晒衣”一事,引发广泛关注。据报道,这些被曝光的防晒衣,既无产品名称、无生产厂家,也无厂址,是典型的“三无”产品。但不少商家却打着“UPF50+”等高防晒指数的幌子,在市场上大行其道,严重侵害了消费者的合法权益,也扰乱了正常的市场秩序。

目前,多地市场监管部门称,已对涉事企业进行现场检查,对相关产品进行查封并抽样送检,责令涉事企业暂停生产销售。同时,将对同类企业开展专项排查,对发现的违法问题依法处理。

“三无”防晒衣何以在市场畅销无阻?商家又怎么把“三无”防晒衣卖得心安理得?一方面,这

源于消费者难辨真伪,依据国家标准(GB/T 18830—2009)的规定,只有当产品的紫外线防护系数(UFP)>40,且长波紫外线(UVA)透过率<5%时,方可称之为“防紫外线产品”。

然而,许多消费者并不了解这一标准。一些商家正是利用了消费者在专业领域的认知局限,便开始虚假宣传、以次充好,甚至伪造检测报告来误导消费者。

另一方面,防晒衣市场庞大且复杂,包括一些小作坊式的生产企业,其生产规模小、分布分散,增加了监管的难度。

此外,电商销售模式让防晒衣的销售渠道更加多元和隐蔽,一些“三无”防晒衣通过网络平台进行销售,其生产、销售地点难以确定,给监管部门执法带来了挑战。

监管有困难,买家难辨别。于是,在利益驱动下,一条涵盖“生产—检测—销售”环节的“三无”防晒衣黑产便形成了。

服装加工厂以低廉价格生产“三无”防晒衣,检测机构违规操作,不少主播在电商直播平台夸大其词、提高防晒指数,诱导消费者购买。在防晒衣黑产的暗中运作下,“三无”防晒衣大量流向市场,严重侵害消费者权益。

目前,各地市场监管部门已经出动,对防晒衣厂家开展专项检查。电商平台也不妨及时跟进,针对销售“三无”防晒衣的商家、主播等拿出有效的应对举措,遏制其流入市场。

总之,监管部门和电商平台都要“打起精神”,不能再让消费者防不胜防。

(新京报)

创建文明城市 让生活更美好

开展文体事业和文化产业提升行动

