

聚焦老年群体需求 筑牢金融安全屏障

——工行四平东路支行营业部暖心服务赢赞誉

全媒体记者 王冬雪

金融风采

在工行四平东路支行营业部,服务不仅是流程,更是融入日常的温度。当社保卡客户、老年群体踏入网点,迎接他们的是青年员工们专业热忱的笑脸。这支13人的团队每日清晨8点前便已就位,在忙碌中守护着金融服务的“最后一公里”。



跨越“数字鸿沟” 智能服务有温度

走进工行四平东路支行营业部,入门处悬挂的锦旗如同流动的勋章。最近一面是今年3月牛女士所赠——“工作负责,认真细致,真心帮助,贴心服务”十六个烫金大字背后,藏着一个温暖故事:牛女士误将数万元存入已故母亲的银行卡,面临繁琐继承手续。支行员工打破常规,多方协调简化流程,当日助其化解困境。这份“特事特办”的担当,恰是该行“客户至上”理念的生动缩影。

同时,针对老年客户对智能手机的陌生与焦虑,东路支行营业部将耐心指导化为日常。一位老年客户对手机银行操作困扰已久,大堂经理坚持“不代客操作”的铁律,每次都细致引导,从短信疑云到功能使用,手把手助其跨越“数字鸿沟”。如今,这里已成为周边老人心中解决智能难题的“放心站”,李大爷对着营业部的小姑娘连连点赞:“上别的地儿,我们不放心”。

适老服务“手把手”在社保卡客户占

比超40%的东路支行,13名青年员工以“耐心、细心、责任心”锻造服务标杆。市民李大爷的感言道出普遍心声:“工作人员手把手教我转账,急得冒汗时他们比亲人还耐心!”网点配置老花镜、放大镜,员工化身“人肉操作指南”,年均指导老年客户手机银行操作超2000人次。

筑牢安全防线 守护百姓“钱袋子”

安全提醒渗透在服务每个环节。开卡时,对书写困难者,员工将关键风险点转化为清晰的口头提示:“卡不外借”、“警惕陌生转账”,最后仅需客户在重点处签名确认。面对账户风控引发的客户不解,员工化身“安全卫士”:“这笔转账收款人您确认吗?”“取这些钱有什么急用?”不厌其烦的询问背后,是对客户资金安全的执着守护。

风控介入“有温度”,每日晨会强化风险案例演练。员工主动询问“转账对象是否认识?”“取款用途是否紧急?”上半年拦截可疑转账12笔,涉及金额超80万元。技术赋能让安全防护更精准。此外,营业部推广手机银行“安全账户”功能,为老年客户开通交易限额锁、夜间锁等定制服务,从源头阻断高频小额盗刷风险。

普惠服务延伸“最后一公里”

从厅堂到社区,金融服务如活水浸润民生。“零钱包”激活小微血脉,东路支行营业部开辟6号窗口开辟零钞兑换绿色通道,预装20元、50元、100元的标准化钱袋,单月服务商户、菜农超300户。同步开展残损币“以旧换新”,让“皱纸币”重获流通价值。东路支行营业部每月推出的“敬老日”受到群众的欢迎,这个月推出“1分钱换购+智慧投壶”活动,社保客户凭积分兑换米油;联合社区医院开展“养老金融课堂”,图解社保卡就医结算流程。当老人因直播平台“免密支付”误扣款而情绪激动时,员工更迎难而上。

他们细致调取流水,排查关联支付,在繁琐的数据中抽丝剥茧,帮助客户挽回损失,用专业行动化解新型消费风险。这支年轻团队始终朝气蓬勃,用青春力量诠释金融为民初心,以“向上”姿态践行服务承诺——客户进门必有迎声,疑难业务必有耐心,从未有丝毫懈怠与敷衍。从智能助老的贴心支撑,到资金安全的坚实堤坝,再到知识普及的主动下沉,工行四平东路支行营业部以青春热忱织就了一张“既暖且安”的服务网络。他们生动诠释了国有大行在新时代的使命,以人民为中心,让金融服务真正成为守护民生安宁、托举幸福晚晴的温暖力量。

创新引领 “防晒经济”抢赚“热钱”

经济论坛

近期局部地区频繁出现高温天气,有网友评论“都快热化了”……

每逢夏日,防暑遮阳都会成为热点话题,同时也催生出“热辣滚烫”的“防晒经济”。

近几年来,消费者越来越关注光老化和皮肤健康等问题,再加上骑行、徒步、爬山等户外运动风靡,带动防晒服配产品销量激增。

某购物平台数据显示,今年618全周期,原纱防晒衣成交额同比增长150%,户外防晒皮肤衣、遮阳帽+防晒口罩两件套餐等防晒品类成交额同比翻倍。

防晒衣、防晒帽、防晒口罩、防晒袖套……一件件看似普通的防晒产品,却凸显了中国企业的创新之力与进取之心。

——从上游到下游。纤维、纱线、织造、染整……防晒衣的成型、升级之路,离不开上下游全产业链的持续创新。

最初,防晒衣物是将防晒助剂涂覆于面料表面,虽然工序简单,但是衣物水洗过后防晒功能大打折扣。国内多家防晒服企业研发团队决定从源头改善,让衣物纤维就能防晒。相较原先的涂层法,新型防晒衣耐水洗、易打理,更符合消费者期待。

有效提高纱线中的防晒助剂浓度是关键一步。纤维加工的要求很高,既要实现防晒助剂高浓度添加,又不能影响纤维自身的可纺性,这项关键技术我国近几年才研发成功、实现量产。

纤维的下一步是面料,近年来,研发多功能面料是国内各家防晒服配企业的发力重点。比如福建某面料企业,拥有100多款不同功能的防晒面料,合作知名成衣品牌超百家,去年防晒面料的营收超过1.5亿元。

——从品类到品牌。近几年,防晒服配产品品类持续拓展,应用场景也从户外运动领域拓展至日常通勤、社交约会等,引发更多消费群体的关注。

面向蓝海市场,一大批新老消费品牌争相进入“防晒”赛道,根据自身形象、品牌定位,强化标签,在设计上强调“个性、时尚、潮流”,在功能上突出“轻薄、速干、透气”。

“义乌·中国小商品指数”发布的数据显示,预计我国防晒服配市场规模有望在2027年达到1000亿元。防晒服配正在从小众走向大众,从边缘品类向主流爆品跃升。

创新与发展永远在路上,专家同时提醒,推动“防晒经济”升级,需要管理机构在完善标准、加强日常监管上下功夫,需要防晒服配企业持续研发、提升内功,锻造品牌,坚持以好产品好服务优化百姓生活。

(人民网)

“益企”暖风护航经济“毛细血管”

——近期一揽子支持中小微企业政策落地追踪

遍布千行百业的中小微企业,被视为经济运行的“毛细血管”,是推动创新、促进就业、改善民生的重要力量。

从中央到地方,围绕优化营商环境、市场拓展、融资促进等方面的各类活动密集开展,叠加前期一揽子增量政策持续显效,“益企”暖风助力中小微企业强信心、添活力,迈向高质量发展。

支持更多中小企业进入龙头企业供应链,形成协同发展优势,是帮扶中小企业的重要方式,也是提升产业竞争力的有力举措。

日前,位于上海长宁区的黑湖科技有限公司,迎来一场“工业供应链助企增效”对接活动。

这家聚焦制造业数字化转型的创新企业,借助这场对接活动,与华谊集团、中国宝武、上海电气等10余家大型企业的采购供应链或研发技术负责人面对面交流,探讨合作商机。

“通过对接活动,我们能够了解大型企业的采购需求,寻求合作的可能性,有助于我们融入大企业的产业链与供应链体系,进一步拓展市场。”黑湖科技智造业务负责人刘泽非介绍,此次对接活动上,公司与部分企业就平台对接达成初步合作意愿,还就设计制造协同、供应商质量追溯、生产管理监控等进行了对接交流。

陕西推动商贸流通企业助力中小企业开拓新市场;成都帮助全市超300家中小企业精准对接来自中国科学院等科研院所的40余项高价值科技成果,达成意向合作百余项;济南今年已举办供需对接活动180余场,覆盖企业5400余家次……

根据工业和信息化部等四部门日前联合发布的通知,我国将在今年全年开展“百场万企”大中小企业融通对接活动,推动更多中小企业融入大企业创新链产业链供应链,共同积极应对外部风险挑战。

中小企业加速入“链”发展的同时,数字化转型也稳步推进。

6月10日,位于河北邯郸的国智科技(河北)股份有限公司内,工作人员在共享智造信息平台上接到一笔5吨的螺母订单,随后通过平台下达生产指令,一批螺母产品便进入生产环节。得益数字化转型,公司生产效率提升约25%。

数字化转型是提升中小企业竞争力的关键举措。

工业和信息化部等四部门去年底印发《中小企业数字化赋能专项行动方案(2025—2027年)》,明确以中小企业数字化转型城市试点为抓手,“点线面”结合推进数字化改造,加速人工智能创新应用和深度赋能。

今年,邯郸市入选全国第三批中小企业数字化转型城市试点,并初步将包括国智科技在内的600家中小企业纳

入转型试点,同时引导数字化服务商针对中小企业“小而散”的特点开发产品和服务。

“针对中小企业‘不愿转、不敢转、不会转’问题,我们重点在转型模式、服务供给、生态构建三方面下功夫,系统性帮助中小企业推进数字化改造。”邯郸市工业和信息化局副局长任高发说。

促进中小微企业高质量发展,持续释放企业活力,关键还要解决好融资难题。

翻开不久前正式施行的民营经济促进法,“投资融资促进”一章引人注目,其中就提升金融服务可获得性和便利度作出了明确规定。

瞄准痛点难点,一系列政策靶向发力:支持小微企业融资协调工作机制启动;银行业金融机构小微企业金融服务监管评价办法发布;金融监管总局等八部门联合印发《支持小微企业融资的若干措施》……

走进山东新鲁星电缆有限公司生产基地,机器轰鸣声不断,拉丝、绞线、挤绝缘等道工序有序进行。而就在不久前,由于流动资金短缺,工厂一度面临停产风险。

“当时,现款采购原材料和产品交付账期错配,导致流动资金缺口。我们抵押物较少,贷款申请没能通过。”公司技术部部长李义介绍,当地支持小微企业融资协调工作机制专班工作人员了解情况后,积极协调税务、工信、科技等部门开展综合评估,认定企业符合申请科技贷条件,最终帮助企业获得400万元贷款,解了燃眉之急。

截至4月末,各地依托支持小微企业融资协调工作机制累计走访超过7000万户小微企业经营主体,其中近900万户纳入推荐清单,银行对推荐清单内经营主体新增授信超18万亿元,新发放贷款近14万亿元。

更多惠企红利加速释放,助企行动扎实落地。北京启动中小企业城市招聘专项行动,满足企业对人才的迫切需求;福建聚焦“专精特新”,邀请行业专家剖析中小企业在技术创新、市场拓展方面的提升路径;湖南组织全省联企干部走访企业,解决企业问题诉求……

中国中小企业协会最新数据显示,5月中国中小企业发展指数为89.5,较4月上升0.3点,结束了连续两个月的下降趋势。

“随着政策效应持续释放,中小企业发展预期回升明显,市场需求稳步改善。”中国中小企业协会常务副会长马彬认为,同时要看到,中小企业面临的困难挑战依然较大。下一步要坚持扩大需求和提振消费,多措并举帮扶困难企业,推动各项政策落实落地,为中小企业创造更大市场机遇,不断增强发展韧性活力。

(新华社)



随着产业不断发展,河南省鹿邑县化妆刷企业持续向上下游延伸,逐步实现由单一组装向自主生产刷毛拉丝、金属管口、刷柄、美妆蛋及配套箱包等多环节拓展,形成较为完整的产业链条,以全球女性为目标客户的“美丽经济”正在当地崛起。这是工人在河南省鹿邑县河南觅己美业科技有限公司的厂房内打包生产好的化妆刷。

新华社记者 张笑宇 摄

“考后经济”升温 透出青年消费新趋势

结伴毕业旅行,配齐“电子三件套”作为奖励,驾照增驾技能,运动健身塑形……2025年高考落下帷幕,毕业生掀起了一股“青春洋溢”的消费热潮,火热的“考后经济”透出年轻人的消费新趋势。

“减压”驱动,以旅游为代表的消费情绪迅速升温——

湖北恩施州高中毕业生小钟高考后第二天便背上行囊,坐上开往重庆的动车,来了一场“说走就走的旅行”。“想来重庆很久了,虽然离得很近,却一直因为课业忙没能实现。”小钟说,重庆各大景区对高中毕业生都有优惠,一周下来花费也不多。

高考过后,多地景区准备了丰厚的专属优惠大礼包,考生凭有效准考证即可享受免门票、交通优惠、特价体验等多重福利。

贵州省黔东南州文旅局副局长王侨介绍,全国各地的高考毕业生在当地所有A级景区都可以享受免门票优惠,6月9日至17日,仅万峰林景区就接待高考考生数百人。

携程数据显示,6月9日至6月11日发出的旅游产品预订量环比增长88%,不少高中毕业生选择“考后即刻出发”。

多名受访毕业生表示,对他们而言,这场旅行已超越了简单的休闲、放松,不只是对压力的告别,也是极具象征意义的“成长仪式”。亲手订下的第一张远程车票或机票,是他们迈入人生新阶段的“青春宣言”。

“犒赏”驱动,以电子产品为代表的“奖励式消费”迎来高峰——

高考后,手机、电脑、平板等成为不少家长对孩子的“考试奖励”。同时,为迎接新的学习和生活阶段,不少家长为孩子购置“大学装备”,推动电子产品迎来销售高峰。

记者在多地的商场看到,不少门店都在开展促销活动。京东MALL重庆店店长孙剑告诉记者,618大促叠加高考后窗口期,除手机、电脑、平板“传统三件套”热销外,科大讯飞的学习机和记事本、智能穿戴设备等产品销量环比也实现40%至50%的大幅增长。

“高中毕业生有年轻人特有的求新求质求变的消费偏好,当他们逐渐成为独立消费决策者和市场重要参与者,其偏好也在引导消费市场朝着个性化、体验化发展,推动消费升级和产品迭代。”安邦智库研究中心助理研究员夏日说。

“规划”驱动,为“做更好的自己”的“发展型消费”成新热点——

贵州省黄平民族中学毕业生张青翥最近正忙着练车。“高考结束后,在家休息了两三天就来学车了,趁这个暑假把驾照拿到手。拿到驾照后,我准备和朋友结伴出游,去看看以前只在书上见识的美景。”张青翥说,在她学车的驾校,每天有近百名高考完的学生来练车。

与驾校同样火爆的还有健身房,拳击、普拉提、体能训练等特色课程备受欢迎。北京市西城区一家社区的健身房6月份迎来会员到店高峰。“每天都接到很多咨询电话,不少新会员是高中毕业生,他们希望利用暑期集中开展系统性训练,以更好的身体素质和精神状态迎接大学生活。”健身房相关负责人告诉记者。

此外,不少高考毕业生还选择在较长的暑期进行近视矫正、牙齿矫正等,不少医美商家也推出高考毕业生专属优惠。

美团数据显示,高考后首周,近视手术订单量环比增长108%,牙齿矫正和美白订单量环比均实现近30%的增长,高考后的“00后”是主力人群。

“‘考后经济’是一场青春的消费热潮,也是观察年轻人消费趋势的重要窗口。”重庆大学公共管理学院公共经济系主任龙少波说,“考后经济”不止是一次爆发性消费,政府和企业等要更好捕捉需求,强化优质供给,打造长效机制,将短期能量转化为长期引擎,进一步带动整体消费提质升级。 (新华社)