北京:疫情防控期间确保市民用上“干净钱、放心钱”

白衣天使赴前线,金融卫士保后方。新冠肺炎疫情发生以来,流通中的人民币现金是否卫生安全广受关注。为贯彻人民银行党委关于强化金融支持防控新冠肺炎疫情的要求,人行营业管理部坚持把疫情防控、保障首都人民健康安全作为头等大事来抓,指导和带领辖内商业银行在疫情期间全面做好现金服务保障工作。各家商业银行积极响应人行营业管理部号召,落实各项工作要求,结合自身业务特点,在保障现金业务平稳运行的同时最大程度减少病毒传播,营造了良好的现金使用环境。

供应充足,收支双线做保障。为保障春节假期疫情防控现金服务需求,各家银行根据人行营业管理部出台的现金领域疫情防控要求,按照“优先支付原封新券、严格收支两条线、分类处置、加强消毒防控”的原则做好现金供应,确保流通人民币安全、卫生、整洁。

人行营业管理部发行库和辖区11家代理发行库全力保障北京辖内现金供应。中国工商银行北京市分行做好大额现金应急备付及紧急调拨安排,自1月21日起,累计为北京西站、北京站、北京铁路局各车务段应急取现4200万元,其中大年初一一早为北京西站调运现金1000万元,有效应对退票高峰;另外,建立夜间应急取款机制,紧急为北京医院赴武汉医疗队送达现金30万元,支持医疗队紧急集结和按时出发。中国建设银行北京市分行于农历二十九和大年三十,分别为北京南站紧急调运100万元和400万元人民币,又于大年初二再次调运人民币1000万元,及时确保北京南站退票和票务系统的正常运作,维护了广大旅客的合法权益。

最美逆行,服务医院不退缩。医院作为疫情期间现金使用的主要领域,同时又是病毒传播风险最大的场所,各家银行提高政治站位,守土尽责,勇于担当,坚持为合作医院提供上门收款和送款,提供及时、贴心和全方位的金融服务,1月23日至今,辖内商业银行共回笼医院现金5.69亿元。

中国银行北京市分行对22家医院的交存款采取特殊的上缴入库方式,由分行统一清分、保管、实施消毒措施,减少营业网点缴存款等中间环节可能带来的交叉感染。交通银行北京市分行为做好7家医院的上门收款服务,指导辖内网点第一时间成立收款小组,党员同志发挥先锋模范作用,冲锋在前,主动承担清点任务,将全部现金多次消毒、统一封装、单独保管、不再对外支付,工作结束后对支行进行全方位深度消毒,全力以赴做好金融保障和消毒工作。北京银行坚持为126家医院提供上门服务,其中包括地坛医院、佑安医院、丰台中西医结合医院等20家接收新冠病人的定点医院,截至目前,共收款并清点现金8076笔,1.75亿元,上门送款238笔,3341万元。

快速反应,特事特办显担当。因防控需要,各家银行在疫情期间积极应对突发事件,因地制宜,实时响应。中国农业银行北京市分行西南、东北两大现金中心作为现金物资调拨的核心机构,为确保疫情期间网点现金供应,保证客户所需资金及时到位,开启防控疫情现金供应绿色通道,24小时响应网点需求,每日调缴款7000-8000万元,确保主币、辅币、外币、重要空白凭证等充足配送。

启动应急机制,为有特殊需求的客户提供紧急配款服务,全面保障现金供应;大年初三,分行营业部为客户支付防疫资金,紧急调款,西南现金中心启动应急机制,仅用53分钟将现金送达分行营业部,高效保障客户用款需求。中国邮政储蓄银行北京分行作为负责辖内50%客户养老金代发服务的金融机构,充分考虑老龄客户多、感染风险大、现金需求高的特点,现金备付率提高40%,网点对外付出现金以新券为主,每日对作业场所、用品用具、钞箱、现金机具等物品进行消毒杀菌处理,有效阻断网点、机具在现金流通环节传播病毒的可能,保障市民用上“放心钱”。

助力公交,票款消毒保安全。防疫战打响,消毒到位,减少病毒通过现金传播成为重中之重。负责城区公交票款回笼清点工作的中信银行北京分行积极作为,对清分场地、清分设备、回笼现金进行定时和不定时的消毒。由于公交票款主要来源于外地客户,流通环节多、情况复杂、传染风险大,该行对回笼钱款使用固定库房单独保管,并采取移动式紫外线及消毒柜等方式集中消毒,对未经集中消毒的钱款绝不对外支付和上缴。疫情期间日均清分公交票款小面额纸硬币6万余元,一卡通充值款10万余元,有效保证了现金流通的安全、可靠,为老百姓提供“放心钱”奠定了坚实的基础。

此外,负责郊区公交票款回笼清点工作的北京银行在人员紧张的情况下仍派出业务骨干驻守郊区,组织外包人员对每日集中上收的胆箱进行开胆、清点、入账,截至目前共接收胆箱4800个,清点票款526万元、充值款113万元,入账300余笔。

不留死角,农村服务惠民生。农村地区作为现金流通的重要区域,但同时又是疫情防控的薄弱环节,北京农商银行主动担当,积极发挥北京市农村金融主力军作用,依托1016个“乡村便利店”为首都农村提供全方位、多层面的优质现金服务。乡村便利店是北京农商银行为农村地区打造的一种新型金融服务模式,采用自助机具+人工模式,可提供小额取现、现金存汇款、各类生活缴费、补打存折、汇款转账、定活互转等80%以上的基本金融需求,实现农村群众“足不出村”办理银行业务,大幅提升偏远地区现金服务效率,有效解决首都农村地区疫情防控期间“封村封路”等措施造成的群众金融服务困难。

疫情期间,延庆永宁、张山营支行为辖内68个行政村、5万多群众提供现金服务,共办理回笼业务3410万笔,金额2524.79万元;投放原封新券5980万笔,金额2985.84万元。

靠前指挥,监督指导两手抓。在商业银行落实各项防控措施的同时,人行营业管理部深入一线监督指导,一方面对商业银行现金中心钱捆消毒进行检查;对机场、火车站、公交枢纽等人员密集场所的自助设备防控措施进行检查;对拒收现金企业进行检查,对位于北京市大兴区的“北京东升天保堂连锁药店有限公司八十分店”拒收现金违法行为下达了《行政处罚意见告知书》。另一方面,在网络媒体发布指导建议,消除公众对现金使用的恐慌与疑虑;加强疫情期间的宣传工作,以不同的形式,鼓舞士气,同舟共济抗疫情。 (人民网)

昆山农商行减费让利多措并举助企业复工复产

面对新型冠状病毒感染肺炎疫情,江苏昆山农商银行积极履行金融企业社会责任,贯彻落实各级政府部门的决策部署,以优质、快捷、高效的金融服务助力疫情防控及复工复产,做好中小微企业发展的“稳定器”和“助推器”。

自疫情暴发以来,从事抗“疫”相关的中小微企业面临紧急扩大产能的资金压力,对此,该行拟定特色金融服务方案,开通了信贷绿色审批通道,依托线上智能化风控辅助审批,确保信贷资源第一时间满足中小微企业需求,保障重点物资的产能提升,对辖内2家生产医用口罩及配套企业一天内完成了所有审批流程,提供应急信用贷款600万元。

同时,为支持中小企业抗击疫情,该行主动作为减费让利。一方面加大对“三必须一重要”中小企业名单的梳理,存量贷款直接按原有贷款利率下降10%,另一方面对本次疫情影响较大的“三大行业”、涉农和农业龙头企业贷款做出优惠让利;对于其他因受疫情影响开复工时间延后的企业,该行第一时间联系客户了解企业情况,及时采取增加授信或调低利率执行水平等策略,帮助企业共渡时艰。

为支持中小微企业复工、复产,该行创新并广推“复工贷”产品,设立了规模10亿元的“复工贷”专项额度,支持中小微企业、涉农和农业龙头企业开工复工,切实保障信贷支持额度。在产品定价上,针对受疫情影响的相关行业采取降低利率的方式减轻小微企业负担,原则上降息幅度在原贷款利率的10%-30%,最低可执行LPR。

该行充分用好专项再贷款政策,设立3亿元的再贷款资金池,支持1000万以下小微企业客户,加快企业复工复产,利率执行不高于LPR;并加强与国开行的业务合作,设立5亿元的“国开行转贷资金池”,支持3000万以下的民营小微企业、涉农和农业龙头企业,利率最低可执行LPR。

(姚琼 记者 汪宏胜)

两条主线全面部署 东风雪铁龙2020年经销商大会在线召开

2月24日,原定于成都召开的东风雪铁龙2020年度经销商大会通过在线方式召开,对东风雪铁龙2020年度的目标、策略和行动做出了全面部署。

雪铁龙全球CEO Vincent COBEE在致辞中指出,为协助经销商尽快复工,公司为所有的经销商寄送了口罩,并及时调整了销售政策。雪铁龙2019年在欧洲、巴西、日本等全球很多地区都取得了不俗的增长,2020年还将进军印度市场,并推出极具竞争力的、适合所有人的出行解决方案。针对中国市场,品牌在2020年将推出天逸PHEV及C3L等新车型,2021年还将导入更多的新产品,从现在开始,为品牌注入新的活力,推动品牌在中国的重新启动。

神龙公司总经理罗思博表示,2019年,雪铁龙重整了车型序列,销量因为车型停产、国六政策等受到了损失。但是,即使在这种困难的情况下,经销商伙伴当中依旧有人找出了有趣且巧思的方法来实现盈利,这些做法应该成为很好的借鉴。2020年依然是品牌的“转型年”,要一起努力构建全新的客户体验,充分利用天逸这款最具市场竞争力的车型作为有力武器,寻求有更高购买能力和更高品质要求的新客户。同时,准备好迎接2021年即将投放的雪铁龙首款在中国生产并销往全球的全新D级轿车。

神龙公司执行副总经理、党委书记李军表示,面对来势汹汹的疫情,神龙公司从春节前到现在一直在围绕保障员工健康、调整营销政策、加强客户关怀、全面复工复产等方面紧锣密鼓的开展工作。

“我们为投身湖北、武汉抗疫的医护人员,为奋战在一线的爱丽舍出租车提供了特殊关爱政策;我们积极捐助防疫急需的物资,一批神龙公司员工也主动加入到战疫一线的志愿服务,彰显了公司、品牌的责任与担当。目前,公司各职能部门均已正常运转,品牌主力车型天逸所在的成都工厂已经正式向外发车。我们已做好了全面复工复产的准备。”李军说。

李军强调,东风公司和PSA集团坚定在中国市场的发展,延长了合资期限,签署了新的《战略联盟合作协议》。将在主力细分市场,开放、共享平台资源,切合中国市场需求,以更有竞争力的成本为东风雪铁龙补充新的产品;也将通过全球车型在神龙公司的生产和出口,提升产能利用率,降低成本。这些都会给神龙公司带来一系列新的重大发展机遇。

会议期间,东风雪铁龙总经理任光在简要回顾2019年工作基础上,重点对品牌2020年的目标、策略和行动进行了详细部署和解读。他指出,2020年东风雪铁龙将围绕销量和品牌力提升两条工作主线,聚焦核心网点扩大线索提升转化,实现有质量的销量;聚焦领先舒适,坚持从产品、服务、客户体验360度全面传递,锐化提升品牌形象。通过持续推进品牌转型,迎接2021年运用品牌全新设计语言的D级轿车到来。

针对两条工作主线中需要厂商共同统一思想,重点落实的三个方面行动,任光进行了重点解读。

品牌大使行动。任光强调,在品牌转型,开启新的100年之际,厂商都要有归零的心态,重新学习品牌。希望所有人都要像爱护眼睛一样爱护品牌,严格执行品牌规范,一言一行传播品牌,体现品牌,用匠心品质和领先舒适的差异化品牌价值赢得客户。

“家一样的关怀”行动。任光指出,东风雪铁龙是有温暖,有故事,有传承的品牌,“家一样的关怀是我们对客户庄严的承诺。”

去年成都车展开始试运行、11月全国正式实施的品牌8项服务承诺,开创行业先河推出了7天可退换等服务,战疫期间,品牌又快速推出了特殊时期加强版的服务承诺。

“品牌和全网都为执行更高的服务标准,付出了额外的努力和成本,但这种付出是值得的。市场奖励比对手认真的人,希望大家要坚持做,认真做,让每一个客户从心里给东风雪铁龙5星好评,品牌就会比对手收获更好的红利,真正与客户建立粘性和信任。”任光说。

价值营销行动。任光强调,促销只有短期效应,厂商一道要坚定做营销,坚持传递品牌价值和文化,创造出新的竞争优势,提升关注和线索。一是坚持长线营销投入。股东决定从今年开始,向东风雪铁龙提供大额营销支持,支持品牌在中国提升知名度和形象。网点层面,今年品牌提高了对长效平台签约的补贴。希望经销商一起坚持做好长线营销投入。二是维护市场秩序,改善盈利。品牌今年对商务政策作了调整,希望通过打造橄榄型的目标完成体系,加强一线销售管理,有效区隔大客户业务与私家车销售,加强双品牌的政策和终端的协同等一系列措施实现有质量的销售。三是共同提升天逸销量,做好新产品投放。今年品牌在营销资源上聚焦天逸,安排了覆盖全年丰富的营销行动和产品事件。天逸将陆续推出互联版、PHEV版及级差优化的年型款。C3L作为全新车型,将填补品牌在C级轿车的空白。品牌还将推出C-series SUV家族特殊版型,与现有的百年款形成补充,为客户提供有吸引力的选择。

(新华网)

大丰农商行积极主动服务地方经济发展

前不久过去的2019年,江苏大丰农商银行聚焦高质量发展主线,发挥本土法人银行优势,更加融入地方经济社会发展大局,践行“两海两绿”“盐丰一体化”等战略,积极筹措投放资金,有效支持实体经济,持续加大信贷投放,全面服务客户,主动回报社会,不断提升价值创造能力,各项工作取得了喜人成就。

服务地方再出新业绩。坚持支农支小市场定位,紧密结合地方经济和产业特色,专注民营企业、小微企业以及新型农业经营主体。去年各项贷款和客户数净增数量均创历史新高。运用“大数据”获客,方便客户主动申请或由客户经理带着授信去营销。主动“跑上门”对接,实施行长进百企、企业家家到等活动,与客户零距离接触,搭建融资方案。策应乡村振兴,服务现代农业,助推新型产业,扶植新型主体,支持特色小镇发展。连续多年纳税超2亿元,2019年纳税2.51亿元,服务实体经济做法多次在省、市相关部门会议交流,被《金融时报》《新华日报》等媒体报道。

普惠城乡再推新举措。用好“一张卡”,累计发放社保卡72万张,加载功能70多项,实施为民服务“一卡通”工程,获得客户好评。铺好“一张网”,依托互联网金融平台,加盟商户5万多户,搭建多元化消费场景,优化农村便捷支付服务。建好“一张图”,在全区所有行政村设立688个农村金融服务点,建立便民服务“网格化地图”。配备2台流动银行服务车,主动提供上门服务。一系列便民措施获得城乡居民的一致好评。

服务效能再创新优势。不断加快金融创新力度,持续加大科技投入,开展“五大银行”建设行动,千方百计惠及客户、提升效能。上线“丰速贷”“金丰E贷”等线上产品,为客户提供便捷服务体验。基本实现90%以上个人贷款在网上自助办理,还有部分是线上受理、线下办理。企业贷款全部限时办结,小微客户融资周转做到“无缝对接”,逐步做到“只见一次面”。

回报社会再显新形象。发挥第五届“全国文明单位”引领作用,投入700多万元开展助学、助教、助医、助老、助贫等活动20多次。在新一轮创建中再次荣获“江苏省文明单位”,获评中国银行业“文明规范服务五星级网点”“江苏省青年文明号”,荣获盐城银行业“最具社会责任金融机构奖”“最佳民生金融奖”和“年度最佳公益慈善贡献奖”。

(国平 沈飞 冬华)

长虹全面复产第二周 5G工业互联网模组正式下线

随着全球5G网络的规模商用,5G对于各行各业的重要价值已经成为了业界共识。5G模组作为承载终端接入网络的关键部件,其较高的开发难度、过长的开发周期和多样化的行业需求成为了制约5G在行业规模应用的瓶颈。

疫情当前,但没有阻止5G相关产品的研发与生产。在全面复工复产的第二周,长虹控股表示,全球首款5G工业互联网模组已于2月20日在长虹控股旗下子公司爱联科技顺利下线。

该5G模组具备业界领先的传输速率、-40°C到85°C工业温宽性能稳定、毫秒级低时延等多项核心技术,可广泛应用于5G工业产线、工业物联网、工业自动化控制、物流追踪、工业AR、AGV小车等工业智能制造领域。

“基于海思5G模组中间件,长虹控股与上海海思在模组和终端应用上达成战略合作,目前已经取得重要成果。”爱联科技总经理段恩传表示,5G工业互联网模组是爱联科技自身及母公司技术能力、制造能力的体现,该模组的成功下线,也将为爱联科技的发展打开新空间。

在春节期间,正值疫情。据了解,为了不影响5G工业模组研发进度,爱联科技的研发团队于正月初三开始在线办公,分布在全国各地的研发人员通过线上研发平台,在家里远程协同研发与验证。“2月6日,这款模组我们基本已经验证结束,各参数均达标。”爱联科技副总经理白浪表示,2月9日,研发项目组线下复工后,再次经过多轮可靠性、传输速率等测试,该5G模组各项指标均超预期,并于2月20日正式进入生产阶段。

据了解,该5G模组可提供2G到5G的全制式连接能力,支持5G NSA & SA组网,通过微内核加持的安全工作环境,面向工业园区提供数据安全、接口安全、系统认证鉴权和安全隔离等打造真正的系统化的工业安全可靠性。

这款5G模组可满足工业环境下设备互联和远程交互应用需求,实现智慧工厂全流程的数据采集、数据回传、控制指令收发、监控、可视化应用、设备信息化及数据安全可管可控。业内分析人士指出,5G工业互联网模组的诞生,将加速工业互联网的普及,有助于推动制造业的高质量发展。

另据悉,5G视频、5G智慧交通等专业模组也于2月20日在爱联科技同步下线。资料显示,爱联科技是目前全球知名物联网模块提供商,已累计为国内外主流企业提供3亿件电子产品联接服务。 (中新网)