

明确上市思路 确保工作实效

我市召开2023年北交所上市工作推进会

本报讯（记者 王慧敏 通讯员 睢曼曼）1月5日，市政府组织召开2023年北交所上市工作推进会，旨在引导和推动我市企业特别是“专精特新”企业赴北交所上市、“新三板”挂牌，明确2023年上市工作思路，确保工作实效。会议专门邀请北交所市场发展部高级经理王春升前来做交流指导，8家拟冲击北交所上市企业负责人参加座谈会。

市金融工作局局长孙建国在会上指出，新年伊始，国家在稳经济、稳增长方面出台一系列政策，党的二十大报告也明确提出要“健全资本市场

功能，提高直接融资比重”，再加上北交所的设立，这对于我市拟上市企业而言是重要的政策机遇和窗口机遇。各县（市）区金融工作局、与会企业要抢抓机遇，利用好北交所地理优势与审核优势，把握好北交所高质量扩容时机，加快推进企业上市步伐。他强调，企业上市工作要坚持两手抓，一手抓上市，一手抓挂牌，各县（市）区金融工作局要制定明确的2023年上市挂牌目标，至少各新增一家“新三板”挂牌企业，培养一批规范的挂牌公司队伍，为明年北交所上市打好坚实的基础。在具体推进企

业上市挂牌工作中，要坚持四个导向原则，即坚持责任导向，金融工作部门要充分挖掘、培育优质企业，引导企业积极对接资本市场，坚定不移地朝着助推企业实现上市挂牌这一目标奋力迈进；坚持问题导向，进一步健全和完善企业上市培育问题解决机制，系统梳理企业上市挂牌需要解决的问题，发挥好企业上市领导小组交办单制度；坚持目标导向，全力以赴实现今年新增2家上市公司、每个县（市）区新增1家挂牌公司目标；坚持结果导向，项目化、具体化上市挂牌内容，推动将上市、挂牌、在审、

在辅、股改企业数量列入政府考核目标体系。

座谈会上，王春升向拟冲击北交所上市企业负责人介绍了北交所的发展机遇和“新三板”建设成效，对与会企业进行了一对一指导，并对上市挂牌中应注意的事项进行了讲解说明。8家拟在北交所上市的企业负责人介绍了2023年企业上市挂牌工作目标、拟采取的措施以及对相关单位的意见建议等。林州市、汤阴县、文峰区、龙安区金融工作局相关负责人分别分享了上市挂牌工作中的典型做法。

安阳商都农商银行

召开2023年开门红夺标誓师大会



授旗仪式

本报讯 金戈铁马闻战鼓，只争朝夕启征程。1月3日晚上，安阳商都农商银行举办了以“大展宏‘兔’ 决战百天”为主题的2023年开门红夺标誓师大会，吹响新年第一场战役的冲锋号角，号召全体干部员工提振精神，奋勇争先，誓夺2023年首季开门红的全面大胜。

启动仪式上，安阳市农信办党组书记、安阳商都农商银行党委书记、董事长盛毅作了动员讲话。他强调，全行上下要统一思想，坚定必胜信心，在开门红工作中，要有“起步即冲刺、开门即决战”的紧迫意识，要有“开门红才能全年红”的先机意识，要有“人人

皆战士、全行皆骨干”的主体意识，要有“全力以赴、勇当先锋”的责任意识；要突出工作重点，强化营销举措，要通过“全员营销抢占市场份额，严格考核激发干事热情，选树典型发挥榜样作用”三种措施擦亮商都品牌，赛出商都气势，打赢新年首战；要精心组织领导，狠抓工作落实，确保组织领导到位、责任落实到位、安排部署到位，凝聚起“使命必达，开门必胜”的磅礴力量，真抓实干、奋力向前，真正实现开门红红、全年长红。

安阳商都农商银行党委副书记、行长毛敢杰宣读《安阳商都农商银行



风采展示(任晓华 摄)

2023年第一季度业务经营目标考核奖惩办法》。信用管理部、网络金融部、人力资源部分别解读经营目标奖惩办法和薪酬考核情况。

鼓声震震气如虹，争先夺标展雄风。会议特别设置了摘牌夺标环节，32家支行（部）纷纷夺取最高标，自领贷款任务共计5.3亿元，进一步彰显了商都人“义不容辞、当仁不让”“首战用我、用我必胜”的担当精神。随后，各一级支行及相关部室分别向该行党委书记盛毅递交请战书，并接受战旗，表明誓夺开门红战役全面胜利的坚定决心。在风采展示环节，各一级支行

及相关部室厉兵秣马、高喊口号，慷慨激昂、嘹亮高歌，充分展现了精气神和凝聚力，喊出了誓夺开门红的最强音。

会议最后，全体员工高举右拳，进行宣誓，铿锵有力的誓言，彰显出商都人不畏艰难的钢铁意志、万众一心的顽强品格和敢打必胜的铮铮铁骨。他们纷纷表示，誓师大会正式吹响了全行提档加速、转型突破的冲锋号，他们将在省联社党委、市办党组和总行党委的坚强领导下，凝聚强大动力，抢抓战略机遇，奋力夺取首季开门红的全面胜利，以完美的新开局谱写高质量发展新篇章。（杨柳杏）

助力构建和谐稳定的金融消费环境

党的十八大以来，我国处于高质量发展的关键时期，党和国家对保险企业的服务能力提出了新的更高要求。中国人寿保险股份有限公司（以下简称中国人寿寿险公司）坚定不移贯彻落实党中央重大决策部署，始终践行“以人民为中心”的发展思想，把满足人民日益增长的对美好生活的需要作为出发点和落脚点，直击客户的“急难愁盼”，不断创新服务理念、提升服务效率、丰富服务举措、开拓服务生态，倾力打造“简捷、品质、温暖”的服务品牌，让客户如沐春风。

强基固本 科技引领 在便捷服务上聚力

这十年，移动互联网、大数据、人工智能等科技创新成为中国人寿寿险公司服务升级的基石，该公司积极践行“科技国寿”战略，依托高速发展的线上服务网络，从客户需求出发，打破传统时间、空间限制，积极拓宽服务渠道，拓展服务内容，有效提升服务质效，为客户提供更快捷的服务体验。

触点通达，让多渠道服务融合更流畅。服务速度的升级离不开线上渠道的精髓细琢。从客户需求出发，中国人寿寿险公司成功打造出行业内首个“99%自助办理+1%远程交互办理=100%线上办理”的保单服务智能链条。以寿险APP为核心的线上服务平台成为用户体验国寿速度的关键赛道。自2015年上线至今，寿险APP注册用户数突破1.28亿人，平均月活跃用户人数达876万。从上线初期年服务人次仅百万，到如今年服务近3亿人次，寿险APP真正实现了服务跃升。

线下渠道的升级优化是国寿智慧的体现。不同于十年前人潮涌动的国寿客户服务中心，现在步入大厅，映入眼帘的是科技感十足的柜面，全新升级的柜面为客户提供多重智享场景。柜面智慧柜员机“全自助”“免排队”服务模式已在全国2000余家高客流柜面广泛应用，年度服务人次超千万，让每一个服务环节更为省时省力、简单快捷。

在保险服务的便捷触达上，除了寿险APP、柜面渠道，客户还可以通过微信、网站、95519客户服务专线、销售人员、销售网点等触点随时随地享受优质的保险服务，为客户提供“线上渠道多、线下渠道全”的融合互补服务通道。

技术升级，让全周期服务流程更快捷。通过数字化的融合落地，保全服务也迎来了升级后的3.0时代，全面建成“多点触达、多轨并行、更快一步”的保全服务模式，客户保单保全服务e化率提升至92%。一是保全自助办理触点升级。服务人口融合，保单借款还款更易得。进度查询渠道更畅通，线上服务流程轨迹清晰展示。优先预设场景更新颖，满足多身份客户沉浸式操作。风险控制升级，确保客户资金和信息安全。二是保全智能审核流程升级。通过制定全国统一的审核及作业标准，实现全国一盘棋，保全业务实现件均1秒内处理完成，个人保全自动化率超99%。科技的应用让保全服务速度领先一步。

随着客户通信服务需求的激增，95519客户服务专线从技术中寻找服务供给突破口，优化一级服务算法，更快速地落实客户问题点。客户拨打95519即可享受“号码只拨1次、语音只听1次、需求只说1次”的便捷服务。在95519日均接听电话6.6万余通、白天高峰期平均每15分钟通过超4500次的作业压力下，为客户疏导情绪、化解矛盾的同时，是科技应用的力量让联络服务高效落实，以智慧科技速度连接电话两端，传递国寿联络服务的爱。

聚焦价值 融合生态 在品质服务上给力

这十年，客户日益增长的对美好生活的需要是中国人寿寿险公司提升服务价值的催化剂。围绕客户日常生活类需求和稀缺资源方面的个性化需求，中国人寿寿险公司在健康、养老、生活、美育领域不断延伸服务边界，构建VIP增值服务体系，丰富国寿多样化、特色化增值服务生态，提升客户的参与感与幸福感。

品牌精彩，让增值服务供给更优质。从2007年开始，中国人寿将每年的6月16日设为“国寿客户节”。今年是中国人寿客户节连续举办的第十六年，十六载更迭，始终不变的是国寿回馈客户、感恩社会的初心，客户节从当年的“线下回馈季”升级为亿万客户的“线上线下狂欢节”。不断进阶的“国寿客户节”正是中国人寿持续构建高质量服务供给体系的一个缩影，成为品质服务的品牌展现。

2022年线上客户节以“牵手国寿·共向未

来”为主题，聚焦关爱客户健康主题，打造康养体验场景，线上搭建“活力乐园”主活动专区，让客户享受沉浸式惊喜体验，了解公司优质产品及服务；线下设置“活力乐园”打卡专区，结合“悦己生活”“小画家”“700健行”“消费者权益保护”等多样化主题开展互动活动；推出客户节专属“健康权益大礼包”回馈活动，包括日常不适咨询、院前紧急救援、出院协助安排等三类常用服务，让客户感受到国寿服务的温暖与贴心。

逐梦成长，让少儿美育发展更丰富。2011年，中国人寿寿险公司发起成立“国寿小画家”少儿社会美育公益项目，旨在通过少儿美术展览、艺术讲座、艺术公益等多种形式，为全国的小朋友搭建一个启迪心智、放飞梦想的成长舞台。今年是“国寿小画家”活动举办的第十二届，十二年来，全国超过1000万小朋友在“国寿小画家”舞台上绽放过光彩，合作美育机构超过2000家。活动打造了美育专家“艺术云讲堂”、美育直播课等线上课堂；开展国家大剧院特展、环球影城画展、我要上央视等众多线下艺术体验、艺术创作、作品展出活动，还有丰富的免费儿童知识平台会员权益。“国寿小画家”旗下的“艺术回山”公益项目，与国内权威美育专家和艺术家携手，用善意为山区的青少年儿童开启艺术大门。“国寿小画家”为全国城乡青少年儿童提供美育发展土壤，成为具备较强社会影响力的社会美育服务品牌。

价值提升，让VIP尊享服务更多元。在锻造高品质基础增值服务之余，中国人寿寿险公司进一步完善客户分层管理，精细化运作，升级VIP客户服务体系，提升触点VIP服务能力，为客户提供更专属、更贴心的服务。推出一系列尊享礼遇生态化线上活动，升级VIP客户服务供给，持续推出境内外高端医疗服务、全球紧急救援服务，全新打造女性悦己生活、安心送贴心回等特色VIP服务项目。以“V客生活”为基础的国寿生态圈建设持续深入发展，吸引更多外部优质资源加盟，为客户提供更多“一站式”的尊贵服务选择。

贴心相伴 真诚守护 在温暖服务上加力

这十年，随着我国的老齡化步伐不断加快，

中国人寿寿险公司围绕实施积极应对人口老龄化国家战略，从老年人实际需求出发，延伸服务触角，优化服务流程，在提高适老服务“硬条件”和“软服务”双重维度上协同发力。

技术融合，让智慧助老支持更暖心。中国人寿寿险公司着力适老服务技术升级，创新构造服务场景，打造云端交互网络，多触点为客户排忧解难，让老年人不再受“智能之困”，普惠服务触手可及。2020年3月，中国人寿寿险公司“空中客服”应运而生，打通线上服务“最后一公里”。2021年4月，服务功能全面升级，基本满足客户所有业务线上办理需求。截至2022年11月底，累计通过视频互联为客户提供办理保全服务近50万件。2021年7月，中国人寿寿险APP“尊老模式”上线，聚焦老年客户高频需求，提供远程视频、语音播报、语音转文字等贴心服务，实现畅通一站式业务办理。截至2022年11月底，近280万客户使用尊老模式超1860万次。

触点畅通，让一线温馨助老更贴心。科技之外，中国人寿寿险公司始终坚持用更贴心的服务与客户建立真情联结的纽带。线上智慧助老，更离不开线下温馨适老，一线服务窗口出实招、下真功，切实提升老年客户的幸福感、认同度。

依托2500余家服务网点，中国人寿寿险公司推出一系列关爱老年客户服务举措：入门优先叫号，尊享VIP优先服务；摆放便民设施，等候自助取用；保留现金收费，尊重使用习惯；提供专属陪同服务，手把手辅导老年客户使用柜员机、寿险APP等智能设备，消除老年客户后顾之忧。

中国人寿寿险公司为60周岁及以上老年客户率先推出“一声直达 一键接入”服务举措。老年客户拨打95519服务热线，系统自动精准识别后会通过语音提示快捷接入人工服务。2022年1月至11月，人工接通率达98.07%，自2020年9月开通以来，已为86.98万人次老年客户提供专线服务。

心系民生 情牵客户 在权益保护上得力

这十年，消费者权益保护工作的重要程度愈发凸显，客户对消费者权益保护的认知情况、

关注偏好和需求痛点的改变对中国人寿寿险公司提出了更高要求。中国人寿寿险公司以多维管理保障助力消费者权益保护落到实处，多措并举提升消费者权益保护水平，助力构建和谐稳定的金融消费环境。

文化建设，让消保防线更牢固。推进消费者权益保护关口前移，将保护消费者合法权益纳入经营发展战略和企业文化建设，始终以客户视角审视服务体验，多层次开展消费者权益保护培训，将保护消费者权益厚植到国寿人的基因当中。2022年，公司累计参与消保培训的员工超178万人次。

完善机制，让消保管理更严格。建立全流程的消费者权益保护机制，开展产品和服务消费者权益保护审查，真实、准确、全面披露和告知客户产品和服务信息。2022年，公司累计开展消保审查超6000件，提出修改意见近700条，降低权益风险。不断完善“用户信息授权及个人隐私保护政策”条款，以科技实力守护消费者权益安全。畅通多个渠道受理客户投诉，建立健全多元纠纷化解机制。通过不断强化消保工作事前、事中、事后全流程管理，实现消费者权益保护水平提升。

多维宣传，让消保教育更广泛。线上线下广泛开展消费者权益保护教育宣传。线上，开拓教育宣传新平台，公司官网常态化发布金融知识、以案说险及消费风险提示，公司官微开设“消保教育云课堂”专栏，寿险APP开设金融知识科普专栏；线下，依托广泛分布的服务网点，在柜面设置公益性的金融知识宣传教育专区，切实提升消费者金融素养。

到现在，中国人寿寿险公司已为5亿多客户提供了保险保障服务。未来，中国人寿寿险公司将继续秉承“以人民为中心”的发展思想，加快客户服务模式变革，通过串联打造线上线下智能化、一体化、综合化的服务通道，让客户享受到高质量、高价值、高效、高科技、高情感的服务，用“简捷、品质、温暖”的服务守护人民安康，让“好服务”成为客户对中国人寿品牌的直观评价，让卓越服务成为公司战略的强大推动力，为助力实现人民对美好生活的向往而不懈努力。

（中国人寿宣）

体彩顶呱刮

兔年生肖主题系列即开票

一、活动时间		2023年1月3日至2023年2月20日。
二、活动票种		“新春大吉”(50元面值)、“瑞兔呈祥”(20元面值)、“瑞兔呈祥”(20元面值)、“玉兔贺岁”(10元面值)、“卯兔”(5元面值)。
三、奖励条件		活动期间，购彩者在我省任一体彩销售实体店购买指定活动票种，若单张彩票刮中符合奖励条件的奖级（或奖级及标志），经实体店终端兑奖设备（IVT或BCR）成功完成奖金兑付及促销兑奖扫描后，另可获赠相应的奖品。奖品数量有限，送完为止，详见下表：

活动票种	刮中奖级（或奖级及标志）	获赠奖品	奖品总数量
“新春大吉”（50元面值）	1000元奖级，且出现新春标志“兔”	vivo品牌手机一部（型号：vivo S15e；运行内存：12GB；机身存储：256GB）	450部
“瑞兔呈祥”（20元面值）	1000元奖级		
“玉兔贺岁”（10元面值）	1000元奖级		
“瑞兔呈祥”（20元面值）	10000元奖级	5000元即开票赠票一份	赠票金额共计350万元，送完为止。
“玉兔贺岁”（10元面值）	200元奖级	300元即开票赠票一份	

（注：新春标志“兔”在50元面值“新春大吉”彩票“游戏一”位置）

四、信息登记及奖品领取 （一）vivo品牌手机领取须知 1.信息登记：活动期间，购彩者刮出符合奖励条件的彩票，经实体店终端兑奖设备（IVT或BCR）成功完成奖金兑付及促销兑奖扫描后，须配合代销者完成信息登记，购彩者本人留存彩票原件。 2.领取公告：奖品（品牌手机）配发至各体彩分中心后，省中心将在河南体彩网（www.hnlottery.com.cn）发布领取公告，购彩者请自行关注，并联系分中心完成奖品领取，逾期未领取视为弃奖。 3.奖品领取：奖品确认及领取以系统数据为准。购彩者领取奖品前请与当地体彩分中心联系，确认数据核对无误且符合奖励条件后，本人携带符合奖励条件的彩票原件和身份证件原件到当地体彩分中心，根据工作人员流程要求，完成奖品领取。 （二）即开票赠票领取须知 活动期间，购彩者刮出符合奖励条件的彩票，经实体店终端兑奖	设备（IVT或BCR）成功完成奖金兑付及促销兑奖扫描，且配合实体店代销者完成信息登记（发表签字确认）后，在实体店现场领取即开票赠票奖品。中奖彩票原件和发放表等资料，由代销者收回并上交当地体彩分中心存档。 五、注意事项 手机奖品共计450部，即开票赠票资金共计350万元，数量有限，送完为止。活动期间，若某项奖品提前送完，省中心将通过体彩实体店彩票终端机广播信息和河南体彩网两个渠道发布公告（购彩者请自行关注），并以公告发布的当日24:00为该项奖品的活动结束时间。若奖品未提前送完，则活动按原计划如期结束。本活动最终解释权归河南省体彩管理中心所有。 （体彩宣）
--	---

