

商家和平台需解决老问题换个新形象

市场监管

近几年,各种满减、“百亿补贴”早已削弱了消费者对“6·18”“双11”的低价期待,假冒伪劣、营销短信骚扰等问题遭消费者“吐槽”。想解决成长的烦恼,平台和商家都应认真思考,网购大促销下一步应该朝哪个方向走,消费者的需求是什么,自己又该用什么新形象打动消费者。

家和平台规范营销。

从舆情监测来看,也有一些可喜的新变化。今年“6·18”比较特殊,是有关平台企业因“二选一”被罚或立案调查后的第一次网购大促销,也是5月25日《网络直播营销管理办法(试行)》正式施行后的第一次网购大促销。监管部门对平台合规经营的约束决心,让网络促销风气为之一变,所以去年被

人吐槽最多的直播带货、价格竞争问题,今年没有上榜。

更重要的是,市场秩序趋于向好,给商家和消费者留出了敢于创新、回归理性的空间。近几年,各个平台几乎每周都做活动,各种满减、“百亿补贴”早已削弱了消费者对“6·18”“双11”的低价期待。而且,电商平台发展到今天的巨大体量,网

络大促销一天动辄数十亿单,规模效应如果还靠低价来拉动,既没有转化为创新的动力,也没有在供应链上赋能商家,大家又怎能跳出同质化、低质量的竞争?欣慰的是,今年很多商家主动放弃打低价牌,转而借“6·18”之势,用各种互动话题、短视频等形式“种草”、推新品、带销量,取得了不错的效果。

未来,“6·18”等大促销在低价之外,也许还会有推新品、助国潮、会员福利等新标签。以此为鉴,想解决成长的烦恼,平台和商家都应认真思考,网购大促销下一步应该朝哪个方向走,消费者的需求是什么,自己又该用什么新形象打动消费者。

余新

快递争「快」更要争口碑

冯海宁

据报道,中国邮政将全面提升,全国主要城市可享邮件次日达甚至次日晨达的极速体验,六成以上特快专递实现次日晨达;已优化现有邮路400余条,增加300余条下行邮路,覆盖了2000余个县域,实现1000多个城市间寄递提速。此消息一出,一度冲上微博热搜第一。

近年来,我国快递业好消息不断,除了快递业务量等数据不断刷新纪录外,快递配送速度也不断加快。2016年我国平均快递速度是2.4天,而到了去年8月,快递从发货到送达平均只需48小时。对快递企业来说,“快”无疑是其核心竞争力之一。因为快递速度越快,为用户节省的时间也就越多。几乎所有用户都希望快件能快速送达目的地,以防止途中发生意外,或让快件及时发挥价值。快递企业围绕“快”展开竞争,争夺用户创造业绩,是人们乐于看到的市场现象。

从这个意义上说,邮政快递全面提升是其主动适应市场竞争的重要体现,有利于增强市场竞争优势。何况,其在邮路、网点等方面一直有优势,一旦优化、增加邮路,提升运力和效率,其市场竞争力提升值得期待。

从公众角度来看,人们期待看到快递企业求“快”争“快”,也期待各快递企业多争一下口碑,进一步提升行业服务水平,尤其是在快递安全与及时赔偿、做好配送“最后一公里”等方面。

根据此前相关报道,快件的丢失、损坏问题是用户投诉的一个“重灾区”。与之相关的赔偿问题,则是用户关心的另一痛点问题。这需要完善《邮政法》和快递相关条例、标准,倒逼企业控制丢失损坏率并更好解决赔偿问题。同时,每家快递企业也需要完善自身管理制度和服务水平,赢得市场更广泛认可。

快递配送“最后一公里”问题同样值得注意。当前,已有一些快递企业在乡镇设点,但进村配送仍难以推进,即便派件送到乡镇驻地,乡镇自取点会向客户二次收取费用,由此引发乡村“最后一公里”取件贵问题。期待快递企业能把做强乡村服务作为增强自身竞争力的一个重要抓手,也期待政策层面能对此给予更大鼓励和引导。此外,部分三四线城市快递员存在不送货上门的现象,显然不符合快递业相关制度规定,快递企业对此须加以重视,及时督促改正。



朱慧卿作(新华社发)

促进二手车交易

近日,商务部表示,将会同相关部门推动取消对二手车交易的不合理限制,加快推进落实二手车交易登记跨省通办,进一步便利二手车交易。随着小汽车广泛进入普通家庭,我国汽车保有量快速增长,二手车需求也随之增加。不过,此前有的地方对二手车交易作出不合理限制,不利于二手车流通。推进二手车交易登记跨省通办,显然有利于破解相关问题,给相关人群带来实实在在的好处,并促进二手车市场更好发展。(时锋)

本版编辑 马洪超 覃皓珺
投稿邮箱 mzjgc@163.com

蜕变的中国人寿： 在百年党史中汲取为民服务的磅礴伟力

中国人寿生于新中国,兴于改革开放。在党的坚强领导下,中国人寿正在经历华丽的蜕变。作为一家以人民为中心的保险公司,中国人寿将以人民为中心的发展思想贯穿到公司改革发展全过程,始终坚持以人民为中心,深化金融供给侧结构性改革,完善产品服务创新机制,加快发展普惠金融,加强服务民生保障,在更高水平满足人民对美好生活的向往中厚植发展根基。

作为一家国有控股金融的保险公司,中国人寿立足新阶段,贯彻新理念,融入新格局,贯彻落实《关于推动银行业和保险业高质量发展的指导意见》,公司发展实现大跨越。“十三五”期间,中国人寿总保费连续跨越4000亿元、5000亿元、6000亿元大关,实力不断提升。

作为一家老字号的保险公司,中国人寿多年来始终贯彻落实党的路线方针政策,不断追求商业模式创新。2019年初,中国人寿提出了“重振国寿”战略部署和“三转、四型、三化”的战略思路。同年7月,中国人寿以高质量发展为根本要求,全面启动“鼎新工程”,充分依托“鼎新工程”改革打造的良好组织基础、制度基础,成为助推公司高质量发展的重要驱动力之一。

知史以明鉴,初心在担当。中国人寿在全系统掀起学党史热潮,各级党组织紧密围绕党史学习教育的目标要求和重点内容,精心组织、创新形式、扎实推进,把党的光辉历史中蕴含的智慧和力量,积极转化为推动公司高质量发展的磅礴动力,交出了党史学习教育的亮眼答卷。

层层推进,让党史学习教育开展更深入

中国人寿各省级公司均成立了党史学习教育领导机构,制订实施方案,召开动员部署会

议。全系统上下以高度的政治自觉,紧密结合公司实际,扎实开展党史学习教育,把党史学习教育同推动公司高质量发展紧密结合起来,把学习教育成果转化为干事创业、勇担使命的强大精神动力。

中国人寿召开党史学习教育领导小组办公室会议,进一步明确工作重点和工作目标,并就抓好下一步全系统党史学习教育提出具体要求。各级党委深入到基层公司调研,听取意见建议,了解困难和问题,并分别派出督导组,对下辖单位进行学习教育督导检查,及时校准偏差,确保学习质量和“我为群众办实事”实践活动实效。此外,中国人寿各单位多维并进,将离退休党员、青年员工和营销员党员纳入学习教育范畴,各地组织了“从中国共产党百年历史中汲取继续前进的智慧和力量”“学党史 勇担当 争做向上向善青年”“营销员党员三亮三比三评”等一系列颇具特色的学习教育活动,努力推进学习教育全覆盖。

因地制宜,让专题研讨更扎实

中国人寿组织全系统党员干部参加党史学习教育专题辅导讲座。总部机关,河北、内蒙古、浙江、福建、山东、青海等分公司以中心组、党员大会、支委会、党小组会等形式组织党员干部围绕“铭记光辉历史、牢记伟大贡献”开展学习研讨。内蒙古分公司举办“中国共产党百年奋斗的历程与经验启示”专题辅导讲座,西藏分公司召开纪念西藏民主改革62周年专题宣讲会,浙江温州、广西百色、甘肃张掖等分公司也分别举办党史学习教育讲座。

河南分公司打造党史知识宣传长廊,制作《党史学习教育指导手册》;广东分公司发行党建内刊

《南粤潮头》;江苏、湖南、广东、四川、宁夏等分公司开设党史学习教育网站,开通党史学习教育专栏;广西分公司、北京和西安审计中心、成都保险研修院以发放《党史年志》、推送文章、电子屏幕、宣传展板等形式,推动学习教育深入人心。

创新形式,让学习教育效果更突出

中国人寿将党史学习教育作为年度培训重点,纳入公司组织的各层级干部员工培训,设立“党史学习教育”专题模块。浙江、广东、广西分公司和成都审计中心组织党员到革命纪念馆、纪念馆参观学习,湖南分公司开展党史学习现场教学活动,学习革命党史,听红色故事,传承红色基因。

今年清明节期间,中国人寿号召系统各单位组织党员干部赴当地红色教育基地、烈士陵园等,开展主题祭扫活动。江苏徐州、常州,河北沧州,山东莱芜,湖南益阳,辽宁营口等分公司党员干部赴当地革命纪念馆、烈士陵园等地,缅怀革命先烈,弘扬英雄精神,重温入党誓词,汲取奋发力量。

广西分公司联合自治区妇联开展“学党史、聚人心,助力健康广西建设”主题党日支部共建活动;宁波分公司与海曙区金融发展服务中心开展支部共建活动;安徽、广东、福建等分公司所属各级党组织深化与所在地区党政机关、重点企业党组织联学共建,开展主题党建、签署共建协议、互讲党课等活动。

江西、厦门分公司举办“党旗飘扬 党员领航”主题演讲比赛;河北分公司开发上线党史知识周测试小程序;山东分公司开展“书香伴我行 阅读促成长”读书分享活动;青岛分公司利用晨会开

展“铭记革命传统,歌颂伟大祖国”党史学习教育;深圳分公司开展党员“亮身份”活动。各单位不断丰富学习教育形式,增强学习教育的针对性和实效性。

践行宗旨,让寿险公司特色更鲜明

中国人寿把“我为群众办实事”实践活动作为党史学习教育的重要内容,开展“学党史 见行动 优服务”主题宣传活动。系统内各单位立足解决实际问题导向,通过“聚焦客户、聚焦基层、聚焦员工”,把党史学习教育成果转化为为民服务的动力源泉。

聚焦客户,中国人寿各级机构在柜面窗口开展“我是党员做先锋”活动、“适老服务体验提升”活动、“我向客户送关爱”活动;开展“让数据多跑路,让客户少跑腿”活动,从承保、理赔、调查等环节优化客户服务体验。贵州分公司开展老年人智能服务指引活动;河北、福建等分公司开展消费者权益保护教育宣传进社区、进校园活动;浙江省衢州分公司创新开展“我为群众办实事,8小时外服务不打烊”服务活动。聚焦基层,将党史学习教育纳入党委班子成员联系点调研方案,列出“我为群众办实事”项目清单,制定具体措施和完成时限。聚焦员工,关怀关爱扶贫(乡村振兴)挂职干部,建立健康台账,购买补充商业保险,完善抚恤救助机制。黑龙江省牡丹江分公司走访慰问老党员、老红军。

中国人寿将以高标准高质量推动党史学习教育走深走实,努力把学习成效转化为工作动力和成效,为广大客户提供更加简捷、品质、温暖的保险保障服务。

数据来源:中国人寿保险(集团)公司