

中原银行三门峡分行：

“119”消防宣传月活动启动

本报讯(记者吴琼)为深入贯彻落实消防安全宣传教育要求,全面提升公众消防安全素质与社会抗御灾害能力,中原银行三门峡分行于11月集中开展以“全民消防、生命至上——安全用火用电”为主题的消防宣传月系列活动,全面筑牢消防安全防线。

加强安全员消防集中培训。11月头两周,该行围绕银行系统消防安全管理、办公楼消防隐患排查和营业网点与金库、现金中心等重点区域火灾风险防控,以及房屋安全鉴定相关政策与危房治理工作实践等内容,开展为期三天的集中培训,讲方法、讲措施、讲技能,着力提升安全员

的消防履职能力与实操技能。

深化“五进”宣传服务。该行组织青年志愿者、巾帼宣传队等力量深入基层,开展面对面的消防安全服务,协助排查隐患,普及安全用火用电知识,推动消防意识深入人心。

领导带头开展安全风险自查。该行领导带头落实国务院安委会相关要求,重点针对营业期间违规动火、安全管理责任不清、措施落实不到位等突出问题,指导督促各单位全面开展隐患排查。要求各支行围绕火灾自动报警系统、火灾应急照明、安全疏散装置、消防栓系统、自动喷水灭火系统、灭火器、用火用电等七方面进行细致排查,强化消防安全

提示,筑牢基层火灾防控基础。

开展全员疏散逃生演练。该行认真落实“消防安全警示演练日”制度,于11月25日组织开展“出真水、灭真火”实操培训和“真场景、真逃生”疏散逃生演练,重点培训灭火器、消火栓、过滤式消防自救呼吸器等基本消防器材的操作和使用,完善灭火应急预案,教育引导员工做到“小火会用灭火器、大火会用消火栓、火场中会逃生自救”,全面提升抵御火灾风险的能力。

倡导员工开展家庭隐患排查。该行积极倡导员工家庭参与“火灾隐患随手拍”、“消防安全训练营”、网络知识答题等活动,鼓励查

找电动车违规充电停放、老旧电路“带病工作”、超负荷用电、用火离人、卧床吸烟等身边火灾隐患,持续推进“三清三关”(清厨房、清阳台、清走道,关火、关电、关燃气)活动,全面提升家庭火灾防范能力。

此次消防宣传月活动,中原银行三门峡分行以“训、宣、查、练、防”五维并举,全面构建起系统化、场景化、常态化的消防安全工作机制,充分彰显了分行守护人民生命财产安全、服务地方平安建设的责任与担当。据悉,该行将持续筑牢消防安全“防火墙”,以安全高效的金融服务护航实体经济,为营造安全稳定的社会环境贡献金融力量。

国家金融监督管理总局发布《关于授权调整部分行政许可及报告事项监管层级的通知》

为进一步优化行政许可事项分级分类授权,充分发挥金融监管支局贴身监管优势,推动金融监管总局四级垂管体系不断凝聚“强监管”合力,金融监管总局在广泛征求意见的基础上,制定发布了《关于授权调整部分行政许可及报告事项监管层级的通知》(以下简称《通知》)。

《通知》明确,各金融监管支局可结合辖区实际情况,经过充分评估,在“接得住、管得好”的前提下,将辖内中资商业银行分支机构名称变更、辖内保险公司分支机构

变更营业场所等2项行政许可事项,辖内中资商业银行、农村中小银行、保险公司分支机构以及保险兼业代理机构部分变更及人员任职等4类报告事项的监管层级下放至金融监管支局。金融监管支局承接相关行政许可及报告事项后,一并负责与之相应的许可证制发与管理。

下一步,金融监管总局将持续监测下放事项的运行情况并进行动态调整,确保对银行保险机构的服务质效不减,不断提升市场准入工作的规范性、有效性。(国金)

银行网点增减应以便民为本

与百姓生活息息相关的银行网点变化总是备受关注。据报道,截至10月24日,今年已有8592家银行网点获批退出,但与此同时,也新增了6859家网点。有观点认为,随着技术快速迭代,这些网点调整,是银行网点已是老年群体专属,缩减是大势所趋,但这是个误解。

首先,线上、线下渠道不是某个年龄层的专属,不同年龄群体对此均有需求,只不过使用偏好与习惯各异。其次,不论技术如何发展,人与人之间的直接深入交流都有必要。相信不少用户曾经有过这样的经历:拨打客服电话,先得听一长串的机器标准回答,再逐一按键,最终也没得到自己想要的答案,还花费了不少时间。这极大地影响了用户体验。最后,根据监管规定,部分大额、复杂的金融业务必须通过线下渠道办理,从这个角度看,银行网点是金融服务的“压舱石”。

户基础,只能造成资源浪费与业绩低下。有些网点新增,是扩大金融服务覆盖面的必要举措。网点资源要与各地区的经济社会资源相匹配,尤其要着力提升县域金融服务的可得性与易得性。这些网点调整,是随用户需求而变的主动作为。目前,除了网点这种“全能生”,像自助银行、智能设备、自动柜员机等“轻骑兵”也可以在便民惠民的过程中发挥重要作用,有效满足用户的取现、转账等短、小、频、急需求。

二看网点配置。作为线下服务渠道,网点实际上是民生服务的综合生态,有很多可挖掘、可拓展的空间。例如,围绕老年用户群体增多这一现实情况,网点可以优化金融服务环境,在柜台配置放大镜、纸质手册,增加具备“刷折取款”功能的自助设备等。此外,网点还是银行了解用户需求的直接渠道。对于那些愿意接受新技术但苦于不会用的老年用户,网点的工作人员可以为他们提供专业帮助,手把手协助老人使用智能设备,帮助老人下载手机银行,并将模式调至“老年版”。

那么,网点增减应该遵循什么逻辑?虽然这一变化是银行出于经营管理考量的自主选择,但其底层逻辑应遵循8个字:便民惠民、降本增效。其中,便民惠民是基础,更是根本。商业银行依靠用户的体验与口碑赢得市场、行稳致远,用户体验取决于服务质量,服务质量依托于服务渠道,而线下网点正是重要的服务渠道之一。

一看网点选址。网点设在哪里?设在有需求但供给待提升的区域。有些网点退出,是对此前“跑马圈地”粗放式经营理念的纠偏。在银行业快速发展的初期阶段,业内一度认为“得规模者得天下”,但线下网点的运营成本通常较高,如果一哄而上,缺乏用

三看网点效率。“办理10分钟、等待1小时”曾是对不少人对网点服务的抱怨。面对用户痛点,解决好了就是发展机遇。如何提高服务效率?强化运营管理,实现有效分流。在高峰时段,对于那些不是必须在柜台办理的业务需求,工作人员可将用户引导至自助机具区域,协助其快速办理业务。对于银行来说,由数字化服务替代下来的人力资源可以分批转向提供综合服务,如理财咨询、金融知识普及等,进而提升网点的综合服务能力。(郭子源)



↑近日,中国银行三门峡分行组织38岁以下员工开展业务技能练兵活动,有效提升员工专业素养及服务效能,着力打造一支业务强、技能精、服务优、素质高的员工队伍,持续增强服务客户能力。图为员工在技能活动中交流学习。



李战平 摄

架好普惠金融桥 畅通银企合作路

本报讯(记者吴琼)近日,由市企业联合会主办,以“聚商联企、创机会赢,共促全市经济发展”为宗旨的三门峡首届峰谷企业创新创业峰会顺利举办,吸引全市十余家商会协会、近250名企业代表参会,旨在打造一个集招商合作、信息发布、产品推介与项目路演于一体的高价值企业服务平台。

作为峰会的重要参会机构,中原银行三门峡分行高度重视,将其视为深化银企对接、服务实体经济的重要契机。分行提前部署、周密安排,由普惠金融部牵头统筹,精选两家经营机构组建专项工作小组,全程负责前期联络、参会筹备、现场执行等工作,确保参会各环节无缝衔接,顺畅进行。

此次峰会是中原银行三门峡分行精准对接客户需求的一次重要实践,也是融入地方经济生态、助力区域发展的具体体现。未来,该行将继续依托此类高水平企业交流平台,深化银企互动,优化服务供给,为支持全市小微企业成长、促进区域高质量发展持续注入金融活水,贡献更大金融力量。

←近日,三门峡富德生命人寿中心支公司组织工作人员走进一些农贸市场,开展防范非法集资户外宣传活动。现场,宣传人员向过往群众尤其是老年群体,详细揭示非法集资的常见手法及隐蔽特点,普及识别、防范技巧及遭遇疑似非法集资或诈骗时的正确处置方式,引导老年人树立理性理财观念,增强风险防范意识和辨别能力。

高赞辉 摄

超1300趟动车降价,铁路票价淡季打折释放哪些信号?

新华社记者 翟濯 樊曦 胡旭

近期,国铁郑州局、哈尔滨局、呼和浩特局、太原局、成都局等相关铁路运输企业,对沈佳、京哈、渝厦等130余条高铁线路的1300余趟动车组列车票价进行打折优惠让利,最低实行4折优惠。

记者从国铁集团客运中心了解到,这是近年来铁路部门比较密集的一次调价。那么,这次密集调价释放了哪些信号?

——持续深化灵活折扣、有升有降的市场化票价机制。

自11月10日起,国铁郑州局对所属部分动车票价进行调整,涉及京广、徐兰、济郑、郑渝等9条线路,票价可低至4折。

“本轮动车票价调整,是国铁郑州局覆盖线路最广、涉及列车趟数最多的一次。我们结合管内淡季客流特点,持续深化市场化票价机制。”国铁郑州局客运部高级主管谢晓燕说。

国铁沈阳局管内部分动车组列车票价实行日常6折、周末7折优惠;国铁上海局陆续对管内581趟动车组列车票价实行最低4折优惠;国铁呼和浩特局对呼和浩特、乌兰察布至北京间的28趟及开往杭州、重庆、扬州、西安等方向的18趟动车组列车票价实行最低8折优惠……

“一趟列车执行折扣票价和折扣幅度,都是在市场调研的基础上,以市场需求为导向进行的优化调整。”谈及本轮铁路票价调整,国铁呼和浩特局客运部客票所所长陈华明介绍。

近年来,铁路部门持续深化市场化票价机制改革,陆续将多条线路的动车组列车固定、单一票价机制调整为灵活折扣、有升有降的市场化票价机制。

国铁集团客运中心相关负责人介绍,铁路部门正加快推动形成不同速度、不同价格、不同运行时刻的差异化客运产品体系,努力为旅客提供更加丰富多样的出行选择。

——降低出行成本,传递民生温度。

家住哈尔滨的王女士因生意需要,经常乘坐高铁前往牡丹江、佳木斯开展业务,得知票价打折的消息后,她高兴地给记者算了笔账:“以前到牡丹江坐一趟车平均要花100多块钱,现在最便宜的一趟才80多块钱,一个月下来能省好几百元。”

国铁哈尔滨局旅服需求与市场规律,先后推出“计次票”“定期票”等惠民产品,同时对省内22趟动车组采用票价优惠,全程最高优惠40元。

据了解,国铁郑州局此次票价调整分为“周中”和“周末”两个部分。“为更广泛惠及出行旅客,根据旅客的出行需求,我们对两个时段的优惠车次

进行了差异化调整。”谢晓燕表示,“周末的优惠车次会更多,覆盖线路也更广泛。”

此外,本轮铁路调价,学生、儿童、残疾军人、伤残人民警察、残疾消防救援人员等特殊群体旅客继续享受“折上折”,最低4折优惠。

铁科院集团公司运输及经济研究所研究员肖永青表示,这种差异化优惠设计,体现了铁路服务全民出行的公益属性,有利于市场效率与社会公平的平衡。

——为提振消费、扩大内需助力。

记者在采访中了解到,本轮铁路票价调整,也为多地提振消费、扩大内需起到助推作用。

“听说最近成都至自贡铁路票价打折,我们特地到自贡‘耍’了一圈。”11月6日,来自成都的旅客刘莹和同伴兴奋高采烈地给记者讲述了一天的快乐旅程,“不仅吃了好吃的泡椒兔,还在方特恐龙乐园里拍了很多照片。”

据悉,国铁成都局与四川自贡文旅部门合作,对成都至自贡间G8783次、G8759次、G8786次、G8760次4趟列车票价实行最低5折优惠,“相当于车票买一送一”。

自贡市文广旅局相关负责人介绍,当地结合票价打折联动文旅配套,自10月25日起,推出“高铁+文旅”铁路融合专项活动。截至11月6日,成都东至自贡发送3354人次,环比增幅91.3%,有效激活秋季旅游市场。

国铁太原局11月10日起,对武乡、运城、侯马、吕梁开往太原方向的6趟动车组列车票价进行优惠打折,最低折扣可达原票价的6折。打折线路途经山西一些热门景点和革命老区,国铁集团太原局太原客运段乘务科科长张小兵说:“本轮降价,将对拉动文旅消费、降低革命老区出行成本等发挥积极作用。”

目前,黑龙江省冰雪游持续升温。针对近期铁路部门对动车组列车实行票价优化调整,国铁哈尔滨局客运部营销分析部工程师齐燕铭表示:“这些举措有利于更好服务冰雪经济,满足旅客多样化出行需求。”

四川大学商学院副研究员尹响认为,根据市场变化进一步优化铁路票价机制,不仅可以提升运输资源利用效率,也能为扩大内需提供有力支撑。

“差异化定价策略既提升了列车上座率,又降低了民众出行成本,可以进一步直接刺激跨区域人员流动,有利于撬动文旅、商务等活动,促进沿线城市消费市场活跃。”尹响说。

(据新华社北京11月10日电)

在进博会上感受人形机器人发展前沿脉动

新华社记者 龚雯 王鹤 周圆

组队表演《梁祝》、秀功夫展示格斗,下车间检测产品质量、当志愿者分发物品……在第八届中国国际进口博览会上,人形机器人频繁进入人们的视野,成为现场焦点。

站得住、走得稳、跑得快,人形机器人正从“舞台动起来”加速迈向“工厂用起来”。记者在本届进博会上感受到:人形机器人应用场景越来越多元,技术越来越精进,协作越来越顺畅,正加速走进我们的生产生活。

——智能机器人,应用场景更丰富

直拳、勾拳、偷袭、闪避,倒地后还能自主起身……在技术装备展区宇树科技展台,两台身高约1.3米的机器人戴着护具、拳套,精彩的表演赢得观众阵阵喝彩。在消费品展区,智能机器人上演了“快闪舞蹈”,挥扇、转身等动作衔接流畅,“魔性”舞步引来观众驻足拍摄。

会“炫技”逗乐也会认真“干活”。在进博会新闻中心,有位特殊的服务人员——智能机器人精灵G2,只要对它说“你好,请帮我拿瓶水”,它就会抓起桌上的一瓶矿泉水,递到你的手中。

在汽车及智慧出行展区特斯拉展台,两台人形机器人Tesla Bot与无人驾驶电动车Cybercab同台亮相。在技术装备展区海克斯康展台,AEON工业人形机器人结合了“双足行走+轮式滑行”技术,能以2.4米/秒的速度自由移动,是该型号机器人首次在中国展示其在工业自动化应用场景中的技能。

“机械臂和人形机器人可通过协同作业,在复杂环境中自主完成高精度检测任务。这将大幅提升检测效率,重塑制造业的质量检测模式。”海克斯康上海总经理谷进说,这台AEON“出生”于欧洲工厂,未来会服务全球用户。

“这次先来取取经,未来我们的业务可能也会朝着这个领域融合拓展。”从事机器人相关工作的人员在看完多种类型的机器人后说,机器人很有趣,也很有用。



11月10日,工作人员在第八届进博会新闻中心与机器人合影。

新华社记者 陈浩明 摄

自主程度更高,产业化路径更明确

作为新质生产力的代表,人形机器人将有力带动产业链上下游蓬勃发展,为拉动新消费、催生新产业、扩大新就业提供强劲动能,成为全球科技创新的制高点和经济增长的新引擎。

人形机器人被业内视为具身智能的最佳形态。从科技与艺术“融合破圈”,到工业和商场应用的“实战赋能”,再到公共服务的“深度参与”,人形机器人让更多观众看到具身智能不是未来概念,而是有效工具。

记者从本届进博会上了解到,业内正在追求新的技术突破,让人形机器人可以在陌生的生活场景中完成80%左右的任务。打个比方,对一个机器人说“帮我拿杯水”,当机器人可以自主把任务完成,且这个场景是完全没有预训练过的,就极具突破性。

“当前的行业发展状态相当于ChatGPT发布前的1至3年,大家已经发现了方向,但还没有做成。未来,谁先实现,谁就是全球领先的。”宇树科技股份创始人兼首席执行官王兴兴在进博会虹桥论坛上说。

乐聚智能(深圳)股份有限公司董事长冷晓晖在该论坛上表

示,业界对人形机器人的产业化路径已形成初步共识:以高校科研为主导的初期阶段,有需求,但尚未形成产业;业内当下正在探索的工厂应用阶段,核心定位并非与现有工业机器人形成竞争,而是致力于解决工业自动化“最后一公里”的难题;未来应对需要泛化能力的任务。

——从有用到好用,产业协作更紧密

人形机器人被业界视为继智能手机、新能源汽车之后的新一代超级终端。

智能机器人合伙人、具身业务部总裁姚卯青表示,为了让它们在赋能千行百业时更丝滑,公司在3000多平方米的数据采集中心对人形机器人进行各种训练,并开源数据集,希望与全球伙伴并肩探索智能边界。

业内认为,随着技术链自主可控、产业链高效协同、应用链培育推广,人形机器人将实现从技术原型验证迈向工程化落地与规模化应用的跨越式发展。但现阶段,人形机器人性能优化、成本控制、模型算法应用水平等仍有进步空间,形成稳定普惠的生产力尚需时日。

工业和信息化部科技司副司长姚佳表示,要以更加务实的态度推动人形机器人产业高质量发展,包括支持国内外企业开展联合攻关,推动人形机器人行业分级应用,加快人形机器人标准体系研究、加大人形机器人领域人才培养力度等。

优必选科技副总裁、研究院院长熊继超表示,明年将是人形机器人的商业化落地关键年,预计在工业场景里,趋向全自主工作的人形机器人会率先落地。

冷晓晖预计,工业人形机器人明年将实现单家企业交付过万台的突破,此举将迎来行业第一个规模化拐点,其意义可能等同于2018年新能源汽车企业出现“万辆俱乐部”。

(新华社上海11月10日电)