

科技+金融,服务添底气

叶丽丽 王铭玮 江维海



科技与金融相互成就,近年来在温州银行业得到了充分的体现,例子比比皆是。这包含两个方面的内容,一是科学技术的提升,让金融的服务质量得到明显的改善,使得金融服务民生方面有了更多的“武器”与运用场景;二是科技型企业因为有了金融的支持,获得了更快的成长速度。

邮储银行温州市分行近年来运用科技信贷等产品,为温州的科创类企业提供了大量的资金支持,助力温州的经济进一步提升;民生银行温州分行则充分运用科技的力量,扩大自身的服务圈,实现各类民生场景的服务全覆盖。

邮储银行温州市分行 为科创企业开门红添底气

“邮储银行针对科技型企业的信用贷款,在手机上就可以申请贷款支用,短短2秒钟我们申请的200万元资金就到账了,新春开门红也迈出了坚实一步,我们对今年的发展信心十足!”浙江一主要研发自控技术的科技型企业负责人说。

该公司是一家压力控制设备生产



邮储银行工作人员走访企业 陈城纳 摄

制造公司,同时也是国家级专精特新“小巨人”企业。前期该公司在邮储银行乐清市支行获得了1500万元授信额度。新春开工以后,面对订单量增加但原材料采购资金不足的情况,该公司第一时间就想到了邮储银行科技信贷,并顺利获得了资金。

据悉,近年来,邮储银行温州市分行不断完善实体经济服务机制,以创新为手段,以沟通为桥梁,聚焦企业不同成长周期的需求特征,提供定制化金融服务方案。采取无还本续贷、贷款展期等纾困措施,帮助小微企业渡难关、稳



民生银行工作人员向老年客户讲解手机银行功能 民生银行温州分行供图

发展,依托“小微易贷”、小额“极速贷”等数字化拳头产品提升小微金融服务覆盖率,持续为小微企业提供稳定高效的信贷供给,助力实体经济高质量发展。

为支持实体经济转型升级,邮储银行温州市分行持续深化“专精特新”及科创企业金融服务,结合企业的差异性特点,有针对性提供特色产品,满足企业多样化融资需求。截至去年底,邮储银行温州市分行“专精特新”企业贷款结余1.579亿元。

为了尽可能满足科技型小企业信贷资金需求,邮储银行龙港市支行通过对科技型企业逐一摸排,了解到浙江成辉包装科技有限公司有融资需求,便第一时间上门走访。该公司为浙江省科技型企业,针对其反映的流动资金短缺问题,该行经走访、调查、上报、审查、审批,前后共5个工作日,为公司授信730万元,并给予企业利率优惠,解决了该企业融资问题,降低了企业融资成本。

针对小微企业、“三农”企业、科创类企业及战略性新兴产业的金融需求,邮储银行温州市分行进一步完善政府性融资担保支持模式,精准对接融资需

求,有效落实金融增信措施,提高担保贷款审批效率,支持小微企业融资,助力小微企业及科创企业持续成长。自去年7月起,该行创新推广“双保·科创贷”,为缺乏抵押物的小微企业、科创企业提供可循环、可最长单笔贷款3年、最高可授信1000万元的担保贷款;并开通绿色审批通道,提升审批效率,从收集资料到放款最快3个工作日内可实现。

数据显示,去年该行重点扶持科技型、制造业小微企业,科创类贷款净增8.15亿元、增速48%,制造业贷款本年净增19.52亿元、增速18%,其中制造业中长期贷款本年净增9.59亿元、增速84%。今年,该行新发放“双保·科创贷”3490.8万元。

这些成果得益于浙江银保监局持续推动浙江银行业保险业建立健全金融服务科技创新机制,发展契合科技创新的金融产品和服务,保障科技型企业融资需求。

民生银行温州分行 为民生提供更精准金融服务

科技赋能,为市民提供更加便捷与



邮储银行泰顺县支行团队走访浙江鼎盛电子有限公司 彭婧 摄

精准的金融服务,则是科技+金融的另一个表现形式。在浙江银保监局的工作部署下,温州银保监分局辖内机构借科技“东风”,打造数字产品矩阵,给服务“提速减重”,不断增强市场主体的获得感和满意度。民生银行温州分行在利用科技提升金融服务质量方面作出了积极的探索。

随着智慧商圈、智慧超市、智慧餐厅等越来越多的消费新业态不断涌现,居民移动支付、小额信贷等金融需求快速增长,民生银行温州分行通过把握微信线上运营“七部曲”,大力拓展线上渠道,聚焦市民衣食住行等高频生活场景,综合运用好民易贷、“瓯悦卡”、十足

卡、信用卡等产品和权益及财富小管家活动,积极打造线上化、数字化、场景化、智能化的零售金融产品和服务体系,精准满足百姓美好生活的消费需求。

该行去年4月推出的“瓯悦卡”,通过将金融科技与生活场景相结合,与温州社区协会建立战略合作关系,借力联名卡场景共建优势,针对社区居民多元化的消费需求,搭建出独具特色的社区金融服务模式。

此外,该分行还从早餐、咖啡等特惠内容切入,进一步优化了十足联名卡的权益。服务形态的创新,得到广大社区居民的喜爱与肯定。

春节期间,重点商圈客流热度攀升,升级类消费亮点纷呈。为助力全年经济开门红,今年年初,民生银行温州分行响应温州市政府“百店促销旺市场、百个商会助消费等十大专项行动”号召,调整了“瓯悦卡”权益,焕新升级为全年最高可享15230元消费券权益,向市民发放消费券、设置优惠活动。

目前,“瓯悦卡”新客开卡可享受30元消费券权益,达标每月可享最高100元权益。今年2月完成焕新升级后,“瓯悦卡”首次达标指定层级可享最高2000元消费券权益,维持客户层级每月可享最高1200元消费券权益,同时该分行还阶段性推出特色活动,提供全年最高15230元消费券权益。据介绍,“瓯悦卡”所提供的消费券,可在温州地区一鸣、桂新园、十足、永辉超市、世纪联华、外婆家、鲈鱼、吾悦商圈、山根小村等超2000家门店使用。持卡的市民只需在民生银行手机银行APP一键领取消费券,即可通过云闪付APP使用,全线上操作,客户用卡更便利。

此外,该分行还积极推进一体化协同战略,上线代发工资智能管理系统,持续优化代发客户服务。同时,从惠民和让利的角度出发,升级推出“月月加薪礼”及“薪上加薪”权益,开展各类代发进民企、供应链商户等活动,探索服务经济发展、推动零售金融转型升级新路径。

全面起势,南湖打造文旅融合发展新高地

陈潇奕 徐子胭 王 筱



春风又起南湖畔。春节期间,南湖景区春意正浓,通往湖心岛的小船来来往往,人们在畅游中近距离感受红船的召唤,在历史遗迹中吟一曲红色咏叹调;走进梅花洲景区,置身于古色古香的江南风窗,打年糕、体验织布、送福字、剪窗花、画糖画,年俗风味浓郁,尽显古朴隽永;元宵佳节,登上子城广场,看灯火阑珊烟花烂漫,锣鼓喧天,龙灯舞动,一方天地里集合了展演展示、民俗体验和元宵集市,热闹得很……一个个镜头流动切换,映照出嘉兴南湖文旅复兴升腾起的热气儿。

新春开工,一个“拼”字闯进了浙江各地的工作新局。眼下,整个旅游市场正处于蓄势待发、积极准备的黄金时期,南湖抢抓“两大主平台”创建新机遇,全面起势,播响“整装再出发、开局即奔跑”的声声战鼓,以融合发展、高质量发展为主线,着力构建“大旅游带动大产业、大产业释放大效应”的现代旅游产业体系,提亮文旅高质量融合发展的时代新成色。



南湖革命纪念馆航拍

色文化IP宣传力度,以各类文化节、戏剧节、音乐节、光影夜游、时尚走秀等活动聚人气,以丰富业态激发城市“新活力”,推动传统观光旅游逐步向深层次文旅体验转化提升。再有,启动文旅消费品牌创建行动,旨在通过培育“南湖十八碗”“南湖美宿”“南湖嘉品”“乐享南湖”“南湖大集”五大文旅微品牌,在文化和旅游领域拓展产业链、撬动大消费,形成一批具有鲜明南湖元素、能融入大众生活、勾起乡情乡愁的文旅标志性产品,打造文旅高质量融合发展的新亮点。

当下,南湖区贯彻落实省市决策部署,发出了建设亚太路科创带和城市创新区“两大主平台”的动员令,在系统谋划中,南湖文旅更是迎来了发展的大机遇,有望打造成新的经济增长极。

南湖区文化和旅游局相关负责人说:“要抢抓‘两大主平台’创建的历史机遇,大力开拓文旅高质量发展新版图,同时锚定国家全域旅游示范区创建目标,在有机的串联几大功能区和做好城市公共服务配套上,以文旅融合发展为途径,全面赋能城市品质提升、彰显主

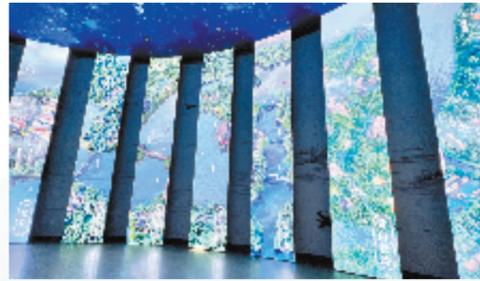
城区首位度,进一步凸显‘红船味’‘南湖味’”。

微改精提妙笔 “绣”出全域大美

2022年结合建党百年,南湖区相继完成了包括南湖景区品质提升、新时代“重走一大路”、南湖革命纪念馆展陈改版布展及设施提升、嘉兴大剧院改造提升等一批重点项目。据悉,2022年



范湖草堂城市书房



大运河数字诗路e站南湖体验中心

中心(又称运米馆)就落户于此。当人们来到入口,运米馆大门自动打开,馆内原本静谧的三维场景立即转换,运河水流、诗句浮现,满室的古风诗意,令人瞬间置身于大运河的古画卷之中。

运米馆是南湖区文旅融合发展的一个集成体,融入文字、影像、VR、全息投影等技术,整合开发嘉兴运河沿线诗词、景点、历史遗存和非遗文化等资源,打造精妙的实体场景,广泛运用数字科技,以“沉浸式”文化体验,生动呈现江南运河、大美嘉禾的人文底蕴。与此同时,这里还配套了凤凰洲书院、放鹤洲精研舍、演演汉服馆、宋朝那碗面、东坡煮茶亭、嘉禾八景演厅等6个商业运营空间。

并且,借助运米馆的不断完善更新,南湖将进一步串珠成链,有力促成“月芦文杉”片区、“重走一大路”等资源联动,推动运河文化与旅游、创意等相关产业深度对接,提质文旅融合,致力于打造成为嘉兴大运河带上“有诗、有景、可体验”的文化地标。

点上开花、线上精彩、全域富美,以旅游业“微改造、精提升”为抓手,南湖区打造了范湖草堂城市书房、湘家荡月亮湾沙滩游客中心、净湘村礼风社改造等一批小而精、小而美的示范项目,于精雕细琢之间,激活文旅资源要素,推动文旅高品质提升,打开宜居、宜业、宜游的发展新局面,努力探索文旅融合的共富之路。(图片由嘉兴市南湖区和文化和旅游局提供)

叠加发展势能 走出“上扬曲线”

今年春节期间,不断攀升的“人流”数据印证南湖红色旅游市场的急速升温。据统计,截至1月27日,春节期间南湖景区乘船(上湖心岛)游客近3万人次,南湖旅游区的游客超18万人次,同比增长50%。

持续升温的文旅市场,让人们感受到了经济复苏的盎然生机。而人气见涨的背后,是南湖区文旅高质量发展的蓄势待发。

“文旅消费关键在人气。”南湖区文化和旅游局相关负责人指出,南湖区采取非遗展示、民宿体验、文创销售等多种形式开展文旅促消费活动,助推文旅融合发展,全面提升消费信心,激发消费潜力,一场又一场文旅消费盛宴热烈红火,激发了市场活力。

为了提振文旅消费市场,南湖区出台了各类消费政策、措施。比如,南湖A级景区免费开放,推出景区家庭卡、年卡系列套餐,开展各类年味活动。



嘉兴南湖区月河历史街区



船游南湖

据悉,接下来,南湖还将发放价值600万元以上的文旅消费券,面向长三角地区客户群举办多场文旅推介会,多措并举形成激励政策的叠加效应。

与此同时,依托南湖、月河、芦苇荡、梅花洲等地标资源,南湖区不断强化红色文化、江南文化、宋韵文化等特