

提升服务体验 上线实时场景额度解决方案

陈潇奕

日前,杭州口腔医院联合花呗分期,上线升级消费医疗实时场景额度解决方案,通过行业商家专属额度,帮助消费者将高额的医疗费用分摊到多个月份进行支付,从而降低了单次支付的压力,有效提高了消费者的支付意愿,为消费者提供了更多的选择和灵活性,同时也提高了医疗机构的服务能力和效率。

据统计,自产品能力升级以来,试点医院的消费者日均分期付款金额增长超10倍。

解决行业空白 消费金融与消费医疗双向奔赴

据了解,花呗分期这一新升级的产品解决方案,旨在让消费者在支付时可以实时获得商户专属的、匹配消费需求的分期额度。该方案在消费医疗行业率先试点,具体来说,花呗分期针对口腔、眼科等行业特点,为具体的消费场景定制提供了符合用户消费需求的分期额度,当消费者在交易时,专属分期额度自动生成,从而为消费者分期付款提供额度保障。

目前,这一产品已经在杭州口腔医院等消费医疗场景率先试点。在口腔医疗领域,消费者对于支付额度有较高的要求。

“解决消费者的问题,是第一位的。分期不仅提升了用户体验,还能增强消费者对口腔医疗服务的可及性和接受度。”通策医疗副总经理白杨说。

业内人士指出,分期在线下市场发展空间巨大,针对线下消费场景进行实时提额,是目前消费金融领域的一次巨大突破。与此同时,线下业态实时提额的难度在于线下环境复杂,难以把控的交易环节较多。譬如,要在秒级之间判断消费者的真实消费意图和还款能力,并快速算出一个合理的额度,且要避免因等待过久体验过差而流失掉线下消费者。

依托花呗丰富的场景覆盖、数字化风控以及互联网产品化的能力,分期能力能够嵌入到真实消费场景,且服务好商家,从商家层面,提供更稳健的消费模式和商业模式,给需要的人合适的消费。

“花呗从诞生的那一天起就是场景金融,在消费中使用,解决用户衣食住行全方位需求。”蚂蚁消费金融线下场景业务部总经理袁荣华介绍道,“正是因为观察到消费医疗场景的中大额分期



需求,我们与杭州口腔医院一起,在行业内率先上线了商家专属的实时场景额度解决方案。”

实际上,当消费者准备使用花呗消费的那一刻,人、商家、场景被交易链接起来,信息也在这一刻产生了大量的增益,花呗分期的实时场景额度解决方案,结合口腔医院的交易场景,将消费时间、空间、网络等信息加以运用,从而做出差异化的风险决策,实现了满足消费者的消费体验的实时风险管理。

白杨指出:“消费医疗需要结合医院场景、客户的实际需求,共同去看如何解决问题。选择花呗这样的正规金融机构作为战略伙伴,一方面有灵活的产品解决方案,用户不需要提交材料,非常便捷,同时可以做到实时的风险决策,秒级响应,提供匹配消费需求专属分期额度,正好匹配患者急迫治疗的心理。另一方面花呗拥有庞大的用户群体,对消费者有敏锐的感知和洞察。在财务解决方案的基础上,花呗分期还提供综合解决方案,包括

营销方案等能力。”

杭州口腔医院此次与花呗分期合作,可以说是适应市场变化和客户需求的一大举动。通过金融工具的创新,可以改善患者的整体就医体验,降低患者的经济负担,提升医疗服务的可及性和吸引力,从而推动医院的业务增长和市场竞争力,实现消费医疗和消费金融的双向融合,合作共赢。

提升消费体验 嵌入场景 激活消费升级新蓝海

实际上,在以口腔为代表的消费医疗行业,中大额消费的情况相对普遍。尤其是正畸、种植等复杂治疗时,这些项目往往因为所需材料、治疗周期和技术水平要求较高,导致费用相对较高。患者的消费能力是制约种植和正畸渗透率提升的主要因素。

适时出现的线下场景分期付款,是一个有普遍需求的金融工具,有助于口腔医疗机构扩大服务范围,同时

也满足了消费者对于高质量口腔医疗服务的需求。“都知道早治疗早好,但是此前我一直在观望,因为正畸的治疗费比较高,让我一下子支出这么一大笔钱,有点舍不得,现在的话,可以通过花呗分期付款,我的付款压力就小很多了。”前来杭州口腔医院复诊的盛女士说道。

经过这段时间的数据累积,在花呗分期试点过程中,用户最集中的消费来自于正畸和种植牙。花呗分期针对口腔医疗行业的特点,提供了定制化的分期服务,如6期、12期等,以满足不同消费者的支付需求。

“分期服务作为一种金融工具,可以有效缓解大额消费带来的经济压力,允许消费者将大额的医疗费用分摊到更长时间,从而降低了单次支付的金额,使得更多的消费者能够负担得起这些治疗,触达更高质量的医疗服务项目,进而推动口腔医疗服务的普及和消费医疗市场规模的增长。”白杨表示。

今年开始,杭州口腔医院大多数

院区已经支持花呗分期支付,其中平海院区、城西院区自4月与花呗进一步加深合作,开通了杭口花呗专享额度的产品,患者在这两家院区就诊时使用花呗分期支付,可以领取额外的专项额度;同时,还为广大患者推出了家庭爱牙卡,涵盖一家人对口腔预防、治疗的需求。

这一过程中,花呗分期与商家同向而行、共同成长,始终以消费者需求为导向,通过不断优化使用体验、提升服务质量等方式,进一步提高了消费者的满意度和忠诚度,更好地促进了口腔医疗行业的发展和渗透率的提升。

一直以来,花呗以消费金融服务实体经济为己任,积极拓展与线上线下商户的合作,做深、做细、做精场景消费金融,在多元化的消费场景中不断创新消费金融产品,在填补金融服务空白、改善生活质量、提高消费能力等新市民金融需求方面发挥了重要作用。

花呗分期负责人透露,今后,其分期服务将持续在金融工具的基础上,逐步探索升级为助力商家增长的综合性解决方案,与线下商业场景深度融合,让花呗分期成为商家促转化、促增长、提单价的有效营销工具。



(图片由受访者提供)



浙江药科职业大学

做职业本科“先行者” 创人才培养“试验田”

郭海峰 许 烽

职业教育是浙江教育显著的优势领域,当前浙江职业教育进入改革深水区,浙江药科职业大学作为浙江省第一所公办职业本科院校,如何推动省域技能型社会和共同富裕先行省建设?

医药产业为导向 推动产教深度融合

去年底,浙江药科职业大学举办了一场医药行业专场招聘会。全省各地的医药企业到此摆摊设点招揽学生,不少岗位都是近年来医药企业高质量发展所需的新岗位,涉及药品质量过程监控、医药数字化场景应用等。

“机会很多,选择的天空更大了,可以精准地选择岗位。”生物技术专业的本科生万同学转了一圈,简历投出去两份。扎实的职业技能让她多了底气 and 自信。

“这是今年校招最省心省力的一次,因为浙药大的专业与我们的岗位匹配度非常高。感谢学校为我们企业输送这么多优质人才。”宁波大红鹰药业股份有限公司的招聘负责人说道。

学生与企业的双向奔赴,得益于浙江药科职业大学持续推动产教融合走向深入。“从招生开始就谋划怎样为社会输送这么多优质人才,把职业生涯规划贯穿到人才培养全过程。学校着力推动产教融合,把促就业作为第一要务,访企拓岗建立与企业的广泛联系;把产业需求融入人才培养中,提高就业核心竞争力,为企业输送优秀人才,为健康中国贡献浙药力量。”浙江药科职业大学党委书记陈厥祥说。

所当乘者势也,不可失者时也。在此背景下,浙江药科职业大学联合浙江大学、中国生物技术股份有限公司等233家单位共同组建生物制药、中

药、食品、化妆品、医疗器械、现代医药等6个产教融合共同体,打造“1+N”产教融合生态圈,跨区域汇聚产教资源,建立健全实体化运行机制、构建产教供需对接平台。

同时,浙江药科职业大学推动百名博士教授“进园入企”,赴专业对口的行业企业进行实践,推进高校与行业企业之间的产学研协同创新发展,在有效服务现代医药行业高质量发展的同时,构建“双师型”队伍体系,推动职业本科人才更符合市场所需、行业所求。

以“三色·三药·三能” 培养适配新质生产力的“新药科”人才

新质生产力是创新起主导作用,摆脱传统经济增长方式、生产力发展路径,具有高科技、高效能、高质量特

征,符合新发展理念的先生产力质态。发展新质生产力对劳动者素质提出了更高要求。

“立足新时代,面向新征程,浙江药科职业大学主动作为,瞄准国家战略需求和行业企业发展需求,构建了‘厚药德、明药规、强药技、懂智造、接国际、能创新’的‘三色·三药·三能’人才培养体系。学校将加快培养新药科人才,为医药产业高质量发展提供强大人才支撑。”浙江药科职业大学校长姜小娥说。

深耕职业教育,瞄准医药行业产业链建设专业链,浙江药科职业大学形成了始于办学历史传承积淀的“职教本色、医药底色、监管特色”“三色”专业新特色。

因医药行业具有其特殊性,所以学校人才培养在兼顾考虑“三色”属性的同时,还树立了“敬畏生命、敬业奉

献、诚实守信、厚朴守正、严守药规、精益求精”,即“厚药德、明药规、强药技”的“三药”职业特质人才培养新目标。

顺应医药产业发展要求,学校紧密对接产业高端和高端产业,致力培养高层次技术技能人才。学校在人才培养实践中强化“懂智造、接国际、能创新”的“三能”职本新素养,推动药学院人才培养提质增效。

不忘初心,方得始终。紧扣医药产业多重属性,浙江药科职业大学深入实施“三色·三药·三能”药学院职业本科人才培养模式,为推动医药产业高质量发展提供了新思路。

优质职教本科资源下沉县域 助力共同富裕

随着产业数字化转型从“人口红利”向“人才红利”转化,高素质技术技

能人才资源供给与国民经济发展需求不匹配问题日渐显现,成为困扰地方高质量协同发展的痛点。

浙江药科职业大学作为省属职业本科院校,针对产业集聚区、县域经济发展对高素质人才的实际需求,主动下沉县域构建“主校区+N产业学院”办学新格局,实施面向山区县的“共同富裕+”职业教育专项行动,积极推动产教融合和校地合作共建。学校与新昌县签约共建“现代智能制药产业学院(简称新昌产业学院)”,与磐安县推动共建“现代中药产业学院(磐安)(简称磐安产业学院)”,与仙居县谋划建设“仙居现代医疗器械产业学院”,为产业智能化、数字化升级提供人才支持和智力支撑,助力县域经济发展,推动共同富裕。

职业教育是技能人才培养的“主阵地”、高素质劳动者队伍建设的“蓄水池”,浙江药科职业大学牢牢把握全面加强“三支队伍”建设重要精神要义,以“大人才观”育才、引才、聚才、识才、育才、护才,努力培养更加适应新质生产力发展的高素质劳动者队伍,为谱写中国式现代化征程浙江新篇章贡献浙药力量。

第14届中国(永康)国际门业博览会落幕

透过“新风向” 看见“新门道”

沈超 张曼欣 倪梦萱

“开馆不到三小时就收获了200多名意向客户”“准备的宣传物料压根不够发”“参展效果远超预期”……握手、洽谈、签约,是这几天在永康国际会展中心内随处可见的高频动作,各路参展商、采购商乘兴而来,满载而归。

5月28日,为期三天的第14届中国(永康)国际门业博览会落下帷幕。据统计,本届门博会共吸引参展参会客商13.26万人次,同比增长12.66%;发生交易额38.39亿元,同比增长8.11%。

“风向标”里看门道

永康是享誉海内外的“中国门都”,门产品产值、产量居全国之首,产品销往全球100多个国家和地区。近年来,永康大力推进门业产业智能化、数字化、标准化转型,诞生了安防门业行业第一股,建成了浙江省首家门业未来工厂,门类、锁类专利突破2500件,门业

产业集群向高质量发展不断迈进。

14届门博会,见证了中国门业的成长,也打开了“中国门”走向“世界门”的赛道,成为全国重要的门业盛会和门业发展的“晴雨表”和“风向标”。在门博会上,可以一览行业的前沿技术、首秀新品、市场动向,获知更多行业讯息,碰撞出更多合作火花。

头部企业汇聚,行业大咖云集。本届门博会共设置9个室内展馆、1个室外展馆,展出面积达8.8万平方米,展览范围涵盖家居门类、电动门类、门类配件、门类辅料、窗类、锁类和设备类七大类产品,共有来自全国20多个省(市)以及德国、日本等国家和地区的980家企业参展,同比增长17.4%,参展企业数量为历届之最。值得一提的是,永康、武义、缙云以外企业参展占比率为第一届的26.55%上升至今年的62.7%,真正实现了从立足本土到向外延伸的精彩蝶变。

新品迈向智能化

对着门刷脸,大门自动开启,全屋智能设备即刻被唤醒,灯光亮起,舒缓的音乐响起,窗帘缓缓拉开。门内侧中控触摸屏显示着实时监控、天气、日期、留言……这是金凯德集团有限公司第二代智慧门的新功能。

“它的集成入户系统、可视系统、人体感应系统等七大系统,支持人脸识别、指纹、密码、蓝牙、NFC等7种开锁方式,可联动上千款智能产品。”金凯德公司品牌总监李开敏介绍,入户门作为家居环境的第一道入口,智能化需求十分迫切,相关产品的市场反映也很好。

可以与智能家居互联的智慧门、采用全铝通轴无卡工艺的高端定制门、高颜值的防褪色装甲门……门博会现场,参展企业纷纷亮出“拿手绝活”,各个展位亮点纷呈,新技术、新材料、新设计扎

堆聚集,好项目、新产品、黑科技一一登场。

春天集团有限公司从一扇门跨向门墙柜一体化的全屋定制产品,让观众产生了浓厚兴趣。“相较生产一扇门,全屋定制对各方面都提出了更高的要求。仅合页规格型号,就从原先的十几种变成了几十种。”春天集团营销中心总经理童伟介绍,公司斥资上千万元引进的新生产线,于今年4月底投产,实现了从开料、封边、钻孔、分拣到包装的全面升级,不仅提升了全屋定制生产流程的智能化水平,更大大提高了产品的品质标准与生产效率。

早在几年前,春天集团就瞄准全屋定制赛道,走上了转型之路。去年6月,该公司组建佛山研发中心,形成生产制造在永康、设计研发营销在佛山的全屋定制发展格局,该公司正式开启“门业+全屋”两条腿走路模式,全面进入定制时代。

优质服务人气高

本届门博会人气高涨,展会刚开幕,业内人士便蜂拥而至。为更好地服务采购商和观众,本届门博会全面提升数字化水平,推行网络无纸化购票、开通采购商预登记换电子入场券通道,并开设“线上+线下”两个会场,打破空间的限制,进一步拓宽贸易合作的可能性。

与此同时,本届门博会持续创新服务举措,开放临时停车场,设置临时快速物流点和打印点,开通五金城市场与永康国际会展中心之间的免费公交车,让服务保障更加周到细致,参展体验更为舒适便捷。

除了重头戏展销活动外,展会期间还举行了第七届中国门业创新发展大会等多场主题活动。门业行业的专家、精英齐聚一堂,共同探讨门业发展的新

趋势、新模式、新机遇,推动门业产业链上下游企业技术创新、产业升级和市场拓展,为国内门业的高质量可持续发展出谋划策。

门博会带来的精彩远远不止三天。浙江中国科技五金城集团有限公司相关负责人表示,以门为媒、以展搭桥,一个个合作共赢的故事将在门博会落幕后继续上演,为广大家企带来更多“门博红利”与发展机遇。



第14届中国(永康)国际门业博览会人气旺。 卢斌 摄