

中国人寿天津市分公司坚守金融为民初心 推进消费者权益保护

近年来,中国人寿天津市分公司始终坚持“以人民为中心”,通过全员参与、全面覆盖、全流程管理的消费者权益保护工作体系,积极履行消费者权益保护工作主体责任,有效保障金融消费者的合法权益,营造和谐健康的金融环境。

完善消保体系建设。中国人寿天津市分公司不断升级消保工作管理体系,健全组织架构,重视消保文化理念建设,推动诚信文化和消费者权益保护理念融入公司经营全流程,建立全流程“大消保”格局,为客户提供“简捷、品质、温暖”的优质服务。以客户满意为出发点和落脚点,完善全流程消费者权益保护机制,将国寿消费者权益保护文化贯穿始终,妥善化解客户投诉纠纷,全面维护消费者合法权益。

开展消保教育宣传。通过公司官网常态化发布金融知识、以案说险及消费风险提示,分公司官微开设“消保教育云课堂”专栏,寿险APP开设金融知识科普专栏,在中国人寿股份天津分公司服务号发布系列教育宣传视频,面向消费者开展“相约星期二”消保答题抽奖等线上活动,寓教于乐中调动消费者积极性,提升互动性,全方位增强消费者金融素养。

回应消保社会关切。聚焦消费者关心的金融保险领域热点问题,各分支机构一把手带队,走进企业、商圈、社



区、学校、农村,帮助老年人、年轻人和新市民等特殊群体跨越数字鸿沟,倡导合理消费和理性投资,切实加大金融消费者的服务体验和权益保障关注力度。

宣教基地广泛覆盖。充分利用服务网点广泛覆盖的优势,在全辖16家营业网点挂牌设立消费者权益保护教育宣传基地,各网点设置金融知识宣传专区,摆放消费者权益保护教育宣传手册,扩大宣传覆盖面和触及率,积极向社会公众普及消费者权益知识,解答金融保险相关疑问。

建立完善维权渠道。及时回应客户诉求,持续畅通消费者反映问题渠道,充分发挥95519客户服务专线、寿险APP等平台作用。分支机构及营业网点公开投诉办理须知和投诉处理流程,设置投诉接待室,多渠道

宣传相关政策,聆听消费者诉求,回应消费者关切,拓宽沟通桥梁,确保金融消费者权益保护工作机制得到有效落实。

消费者权益保护工作是践行金融工作政治性和人民性的直接体现,是提升金融机构核心竞争力的内生要求,也是防范和化解金融风险的重要抓手。中国人寿天津市分公司将持续坚守金融为民初心,将“用心守护 放心托付”的消费者权益保护文化融入各个环节,推进消费者权益保护工作落到实处,构建“大消保”发展新格局,切实保障消费者合法权益,进一步强化金融央企责任担当,助力人民群众对美好生活的向往变成现实。

新报记者 苗娜

图片由中国人寿天津市分公司提供



移动爱家 让“家”更温暖

在“3·15”国际消费者权益日到来之际,天津移动举行“移动爱家 服务到家”主题活动启动会暨家庭产品焕新发布会。

“移动爱家 服务到家”主题活动,旨在通过“上门测、专业调、讲使用、保满意”的12字入户服务承诺,为广大家庭客户带来数智家庭新体验。

天津移动副总经理朱哲表示,天津移动积极落实政治、经济、社会“三个责任”,主动发挥科技创新、产业控制、安全支撑“三个作用”,通过开展本次活动,打造统一装维形象,细化入户服务规范,全面升级家庭客户服务能力。天津移动希望让智慧互联新体验更好地融入我市千家万户,共享“移动爱家”数智美好生活。

发布会上,天津移动公布了智慧家庭工程师“爱家小哥”虚拟IP形象。“爱家小哥”是天津移动数以千计智慧家庭工程师的缩影,他们热情、专业、可靠,成为天津移动与千家万户连接的纽带。同时,天津移动还推出智能陪练八段锦、5G新通话、移动视联等系列家庭产品,为数智家庭美好生活提供丰富的产品方案。

近年来,天津移动不断升级完善服务保障,推出“星级服务10项承诺”,为广大用户畅享快捷、透明、清晰、安全的移动美好生活保驾护航。

新报记者 夏萍 通讯员 李岩 王识

图片由天津移动提供

鉴定中心

唯品会 | 中国中检有限公司



中国中检与唯品会共建鉴定实验室

近日,特卖电商唯品会发布2023年财报,财报数据显示,2023年全年,唯品会实现净营收1129亿元,同比增长9.4%。同时,全年GMV为2080亿元,同比增长18.7%;活跃用户数8740万,同比增长3.9%;订单数8.123亿,同比增长9.8%。

业绩与活跃用户增长的背后,是唯品会深耕品牌特卖,推出多项措施保障消费者权益、不断提升服务质量与水平。2023年以来,唯品会与中国中检达成战略合作,深化正品保障,同时,唯品会不断升级面对面换货,加强品类客服建设,强化客户意见反馈渠道建设,推动服务专业化升级,进一步提升用户体验。



高品质与高性价比已经成为唯品会的特色

深耕品牌特卖 为用户提供“好货、好价、好服务”

折扣零售在2023年成为新的风口。

消费情绪渐趋理性,消费者不再单纯认为贵就是好,他们“既追求品质又追求性价比”。专注于品牌折扣的唯品会也因此迎来发展的黄金期。

唯品会相关负责人介绍,唯品会致力于为广大消费者提供深度折扣、知名品牌的高质量货品,品牌特卖的核心要素在于“如何将大牌商品以更便宜的价格提供给消费者”。

据了解,唯品会累计与全球44000多家品牌方建立了深度合作,与品牌方从源头合作,使唯品会能够获取更多优质、低价的货品,从而充分满足消费者多元化、高品质的消费需求。与传统电商不同,唯品会在全球范围内建立起一支上千人的买手团队,并在英国、美国、意大利、法国、德国、日本、韩国、新加坡、中国香港等国家和地区都设立了办公室。通过专业的培训与成熟的运作体系,唯品会买手在洞察行业与流行趋势的前提下,精选全球品牌并筛选

深耕品牌折扣 聚焦正品战略 唯品会全力保障消费者权益

出其中极具性价比的优质商品提供给消费者。

很多备受消费者青睐的国际大牌往往以折扣价格在唯品会出售,根源在于唯品会的买手团队运用国内外的信息差与价格差,在世界范围内搜寻品牌授权但价格最低的一批商品,然后通过保税仓将其送至国内上线销售。

为了充分保障消费者权益,唯品会不断提升服务质量。此前,唯品会联合顺丰推出免费面对面换货。近年来,唯品会不断提升面对面换货的应用范围和服务体验。2023年,唯品会联合平台商家为客户提供全流程服务产品“安心购”。客户购买带有“安心购”服务的商品,可在七天无理由退换货等基础服务之外,享受10天价保、极速退款、上门退换货、破损无忧、15天质量无忧等一系列服务保障。

财报显示,品牌特卖及优质服务获得了更多用户的信任,从全年看,唯品会超级VIP(SVIP)活跃用户数同比增长13%至760万。

聚焦正品战略

联合中检打造消费品质量保障体系

2023年,唯品会与中国中检达成战略合作,双方共同宣布,唯品会将与中国中检携手,共同打造数字化、标准化的消费品质量保障体系。

中国中检相关负责人表示,消费者对商品和服务的质量、安全、环保、绿色的要求不断提高。如何更好地为消费者提供高质量的商品和服务,满足人们对美好生活日益增长的需求,正是中国

中检与唯品会签订合作协议的初衷和目标。

唯品会与中国中检战略合作达成以来,双方共建高价值商品鉴定实验室,实验室引入了国内外最尖端的鉴定设备,珠宝配饰、名品服饰、大牌鞋履等,均由中检专业鉴定师进行鉴定。这相当于在链路保障之外,额外为高价值商品品质增加了一道保障。此外,双方将共建消费品质量保障数字化平台,升级品控流程,在中检搭建的数字化平台上展示唯品会商品全流程品控过程及报告,增强消费者在选购商品时的信任感。

在与中检建立战略合作的同时,唯品会不断升级质控体系,建立了全覆盖、高频次、全流程的质检机制,联合第三方专业、权威机构进行常态化抽检,充分保障商品质量。

唯品会对于品控的要求极为严格,平台货品不仅需要符合国家标准,还会根据不同品类的实际情况,对与用户使用体验密切相关的项目进行额外测试,以部分儿童鞋为例,即使不在要求范围内,唯品会仍会加测耐折性能、剥离强度、防滑性能等项目。

唯品会相关负责人介绍,唯品会致力于为用户提供行业内领先的服务与极致的使用体验。每年5月20日,唯品会会举办520客户零距离活动,唯品会数百位管理者与用户面对面畅谈,并根据用户的真实感受与需求,进一步提升唯品会服务质量。在未来,唯品会也将持续加强在品牌特卖方面的核心竞争力,多措并举保护消费者权益、提升用户体验。

新报记者 张珊珊

图片由唯品会提供