

封面新闻“3·15 诚信金榜颁奖典礼”成都举行

专家共话消费领域信用体系建设 封面消费维权法律工作站成立



封面新闻“3·15 诚信金榜颁奖典礼”现场。

大数据专家：

从全产业链建立消费信用体系

中译语通科技(成都)有限公司常务副总裁梁浩宇表示,建立良好的消费信用体系,应该是从全产业链来看,面向企业和面向消费者提供服务都应该建立良好的信用服务体系。梁浩宇认为,“To C”的企业要有很好的社会责任感,从社会到政府监管部门应该不断加大监管力度,并建立起消费者投诉反馈机制。至于“To B”的企业应当对供应商建设征信体系,这将有助于更有效地筛选供应商。产业链条较长的服务里,一系列环节都需要做到信用和诚信。

区块链专家：

想办法解决信用数据共享问题

区块链研发专家、中国网安区块链研发中心总经理安红章表示:一方面,现在的信用数据是相互隔离的——如果说这些数据不进行整合,就很难对个人或者企业进行完整信用画像,所以网安区块链研发中心在想办法解决信用数据共享问题。另一方面,因为数据没有不可篡改的特性,所以也提高了信用体系建设对各方消费者违法行为的威慑力。因为数据不可改了,不像有些数据写上去之后勾兑一下就删掉了,因为不可改,所以对信用建设体系还是有用的。

消费电商：

把3·15变成向消费者展示的节点

作为电商领域的专家,四川苏宁副总经理尹小璐举例,在体系建设上,随着互联网的发展,公司产业布局、品类线的延展,苏宁建立了首问负责制。商家有问题,苏宁都站出来负责任,比如消费者发现某个产品有问题,苏宁会先向消费者赔付,然后再对内进行处理。所以对于商户的甄别,采购人员、审核人员都要承担责任,这是

苏宁每个员工都要签署的“阳光责任公约”,出了事情得负连带责任。

尹小璐说,苏宁已经把“3·15”变成了向消费者展示节点,大胆进行了多种促销活动,让消费者通过购买和体验进行反向监督。之前的“3·15”都是“守”,不搞活动,不出问题,但现在苏宁在内外信用体系建设上已经有了成果,所以现在“3·15”敢做活动,让消费者吐槽、检验服务,而这也更有利于企业自我完善发展。

生活服务平台：

在消费中为商家建立评级体系

为商家建立评级体系,其实就是很多消费者日常在使用大众点评一直在做的事。美团点评政府事务部总监崔震表示,消费者选择服务的时候会进行研判,很多人在外出消费的时候,可能会打开大众点评搜索一下,然后看一下它的评分、评价,这就是消费者在一个共识的信用体系里考量商家。崔震表示,诚信消费体系的搭建对美团点评的发展有着非常重要的作用,针对消费者的评价信息也不会被平台删除,所以每个消费者通过评价也可以自主选择。

律师：

有必要对失信人进行分级监管

四川开山律师事务所合伙人严明亮认为,监管过程中信息不对称的问题,需要靠信息流动解决,这样才能在市场监督管理部门作出了一个处罚后,其他部门能及时看到这个数据,从而进行共同监管。

他建议,对于失信人,应当建立有效的救济措施和渠道,这可以通过对失信人进行分级监管来实现,根据失信行为的严重性,对其消费等行为进行不同时间长短的限制。

华西都市报·封面新闻记者 艾晓禹 蔡世奇 实习生 冯露曦

扫二维码
看本文视频

中国人寿四川省分公司 践行央企责任 服务治蜀兴川

“扩大政策性农业保险改革试点”“增强保险业风险保障功能”“扩大出口信用保险覆盖面”“继续提高城乡居民基本医保和大病保险保障水平”……今年“两会”的政府工作报告中,15次提及“保险”一词,创历史新高。

“这些表述,进一步凸显了‘保险姓保’的本源所在,也为保险机构下一步发展树立了指路‘明灯’。”中国人寿四川省分公司党委书记、总经理郎中伟表示,作为副部级国有大型寿险公司驻四川的分支机构,公司2019年要更好地践行央企社会责任、服务四川经济民生,充分发挥保险业的保险保障和兜底作用,在支持精准扶贫、乡村振兴、慈善公益等方面持续发力,以创新的科技手段和丰富的服务方式,为广大群众提供更加优质的保险产品和体验。

数据显示,截止2018年底,中国人寿参与投资四川债券、上市公司股权、不动产、未上市股权、基础设施及其它金融资产类合计487亿。中国人寿四川省分公司积极承办了扶贫保险、农村小额保险、老龄保险等一系列“政府满意、群众点赞”的民生保险,展现出央企的责任与风采。

大爱国寿 扶贫扶智

保险精准扶贫是金融扶贫的重要组成部分,是贫困群众防范和化解风险的重要手段。

2018年,中国人寿四川省分公司提出“坚持党建引领,坚决打赢脱贫攻坚战”的目标,立足行业特点,公司通过保险扶贫和保险捐赠“双管齐下”,开辟了以保险扶助为抓手带动贫困群众脱贫攻坚的特色路径。

为困难群体“量体裁衣”。在全省各地积极探索扶贫保创新模式。广元市政府发文要求在全市推广扶贫小额人身保险,确保全市建档立卡贫困户如期脱贫,国寿承保建档立卡贫困户11万户,2018年赔付280万元,赔付率55%;资阳市开展了农村贫困人口医疗救治救助特殊补充医疗保险,对全市建档立卡贫困人口及农村低保人口共计27万余人,由医保经办机构统一向中国人寿投保,2018年共赔付3578.5万元,惠及7.96万贫困人口,实现了精准扶贫人员看病“微支付”。

据统计,截至2018年底,全省扶贫保险业务已为全省197万名建档立卡贫困户提供了约1300亿元的风险保障,赔付案件178368件,赔付金额达5580万元。

值得一提的是,国寿的农村小额人身保险在川发展已达8年,覆盖全省19个市州,承保总人数近1亿人次,总赔付件数超过100万件起,赔款总金额超过20亿,帮助成千上万个家庭渡过了难关,稳定了生产生活。2018年承保人数超过1000万人,承保比例约16%,提供风险保障60000亿元。

脱贫成果来之不易,如何有效防止困难群众因病致贫、返贫?在遂宁、凉山、巴中、眉山、德阳、攀枝花、绵阳和宜宾8个市州,中国人寿四川省分公司建立了大病保险倾斜性支付政策,针对贫困人口在起付线以及报销比例上

3月14日,在封面新闻“3·15 诚信金榜颁奖典礼”上,中译语通科技(成都)有限公司常务副总裁梁浩宇发布了《互联网消费CGI榜》。榜单通过对过去一年各个互联网消费领域的龙头企业的数据进行提取,分析了各家企业的人气和口碑情况。

CGI是通过在全球公开大数据进行专业深度的分析,计算出综合影响力指数,也是目前唯一的以全球开源大数据作支撑,定期发布更新的大数据指数。

互联网消费CGI榜：

全球媒体和网民最喜欢这些企业品牌

全球媒体和网民最关注这些企业

互联网消费人气CGI榜单主要是对全球媒体和社交网站上相关企业的数据进行分析,包括全球主流媒体,以及微信、微博、Facebook、Twitter等。

在电商领域,排名分别是天猫、淘宝、京东、苏宁易购、拼多多。其中,虽然京东不是综合排名第一,但海外媒体和社交网民最关注的是京东。

在手机行业,排名是小米、苹果、华为、vivo、OPPO。小米作为互联网手机的开创者,在全球互联网获得人气第一的名次并不奇怪。同时小米也是社交网民最关注的品牌,小米的粉丝影响力可见还是很高的。在此榜单中,国产手机品牌占据了大部分,这也和手机行业的整体市场格局比较贴近。

在生活服务领域,排名是美团外卖、饿了么、大众点评、口碑、糯米。在出行领域,排名是滴滴出行、ofo小黄车、摩拜单车、青桔单车、嘀嗒出行。其中ofo小黄车的海外媒体关注度最高。这其中的原因在于ofo小黄车在去年进入了许多海外城市,但是在年底由于企业发展出现问题,ofo小黄车退出了这些海外城市,由此引发了海外媒体的关注。

全球媒体和网民对这些企业点赞

互联网消费口碑CGI榜则是对这些企业的全球数据进行情感分析,从而得出的口碑评价排名。

在电商领域,排名分别是天猫、淘宝、京东、苏宁易购、拼多多。这个排名和人气榜是一致的。这也说明各家企业在管理自身的产品服务质量方面是合格的。因为往往关注的人多,使用的人多,出现差评的几率也会增加。但显然榜单并没有出现这种情况。

在手机行业,排名是小米、vivo、华为、苹果、OPPO。小米依靠粉丝的口碑效应,依然排名第一。排名第二的是vivo,虽然关注度不如华为和苹果,但是在口碑方面却获得不错的成绩。

在生活服务行业,前五名是大众点评、美团外卖、饿了么、口碑、糯米。出行行业中,前五名是滴滴出行、ofo小黄车、摩拜单车、青桔单车、嘀嗒出行。

滴滴出行虽然在去年经历了乘客安全风波,但是随后进行了比较彻底的改革,特别是在安全方面做得越来越透明,获得了不错的市场口碑。

华西都市报·封面新闻记者 崔江



极限穿越贝加尔湖 一汽-大众T家族斩获世界纪录



3月1日,一汽-大众携旗下两款重磅SUV——探歌、探岳,正式开启了“无界征途之极境穿越”T家族挑战之旅。目前,车队已从贝加尔湖西岸的奥利洪岛出发横穿贝加尔湖面,在东岸的巴尔古津半岛登陆,创造了“穿越贝加尔湖面距离最远SUV”的世界纪录。据悉,本次极限之旅,车队从极寒的西伯利亚远东启程,历时32天,行驶12600公里,到达喜马拉雅山脉;海拔落差5000米,极

限温差40℃,极端的天气、复杂路况、极境之地,不论是对人还是对车而言,都是一场极限的挑战。

2018年是一汽-大众的产品大年,这一年,一汽-大众相继推出了探歌、探岳两款SUV车型,完成了在SUV市场的布局。凭借一汽-大众强大的品牌号召力,以及两款车型在动力、空间,以及性能等方面的优势,得到了市场的高度认可。数据显示,探歌自去年7月30日上市以来,销量节节攀升,2018年全年销量为49342辆,月均销量接近万辆。今年1月,探歌销量再创新高,达到10384辆,环比增长3.8%。而探岳自去年10月22日上市以来,仅仅用了两个月的时间,便完成销售20235辆,月均销量过万。根据规划,一汽-大众今年将推出8款新车,包括全新速腾、宝来经典版、迈腾改款、A0级全新SUV4款传统动力车型,以及e-Golf、e-Bora、迈腾PHEV、探岳PHEV4款新能源汽车,从而实现今年144.5万辆的销售目标。

华西都市报·封面新闻记者 张海军



下载封面新闻APP
浏览最新新闻资讯