

心怀“国之大者” 新华保险这样做

新华保险作为国有控股的保险企业,心怀“国之大者”,与国家同行,在高质量发展的道路上充分发挥“风险减震器、经济助推器、社会稳压器”作用。

2022年,新华保险各部门、各机构将服务国家战略作为工作锚点,践行高质量发展理念。公司经营发展“稳中有进”,截至三季度末,总资产突破1.2万亿,总保费收入保持同比增长。

作为寿险公司,新华保险以服务 and 守护人民的美好生活为目标,现已形成以健康无忧、多倍保障疾病保险为核心的健康保险产品体系,构建起以中、长期为主的年金产品体系;各渠道推出“鑫荣耀终身寿险”等十余款新产品,进一步丰富产品供给,增强产品创新能力。

与此同时,新华保险积极推广“卓越优选专属商

业养老保险”。截至三季度末,累计为1.8万名客户提供专属商业养老保险。

近年来,新华保险在支持实体经济、支持区域重大发展战略及发展绿色金融等方面取得显著成效。

新华保险从维护市场稳定、鼓励民生改善、支持科技创新、践行绿色投资、支持实体经济、服务国内国际双循环等多方面支持实体经济发展。2022年截至三季度末,公司服务实体经济投资规模超过7000亿元。其中,服务战略性新兴产业、国家重点区域投资、服务国家科技自强战略等投资较上年末增长18%;向中小微企业投资较上年末增长174%,全面助推双碳行动,绿色投资规模较上年末增长31%。

“城市因你而美·新华伴你而行——新华保险关爱全国环卫工人大型公益活动”为169个城市的近

92万名环卫工人送去专属意外风险保障。截至去年11月末,项目已累计为324个身处困境的环卫家庭雪中送炭,累计赔付金额达2900余万元。

志愿者服务敬老助老、助力双碳、乡村振兴等主题上响应国家战略,4.6万余位志愿者全年共开展各类志愿活动3600余次,并与中投公司系统各直管企业联合开展公益行动。

党的二十大开启了新时代、新征程。2023年既是新华保险建功新时代、奋进新征程的开局之年,也是寿险行业深化转型的攻坚之年。新华保险将胸怀“国之大者”,把握“两个大局”,保持战略定力,不畏风险挑战,紧抓时代机遇,提升客户体验,打造公司品牌,稳步迈上高质量发展的新台阶。

本报通讯员报道

数字藏品「破圈」 银行业数字化转型提速



1月16日,中国银联推出的“用银联 纳百福”系列数字藏品(第三期)开通线上申领。该系列数字藏品用100句祝福绘成100张“福”字帖,前两期一经上线就受到众多用户青睐。近年来,已有多家机构布局数字藏品赛道,助力银行业数字化转型,探索银行与客户交互的新途径。

探索新形式

1月16日,中国银联推出的“用银联 纳百福”系列数字藏品(第三期)开通线上申领。该系列数字藏品活动,通过区块链技术,将“福”字制成数字藏品,每一份数字“福”字在银联区块链上形成唯一标识,可永久存证。该系列藏品用100句祝福,绘成100张“福”字帖,每款“福”字发行1万份数字藏品,每位用户每款“福”字限领1份。

该藏品分别于1月5日、1月11日、1月16日、1月21日进行四期发行。本期发行量为20款,共20万份。就前两期发行情况而言,该系列数字藏品相当火爆,在1月11日10时上线的30万份“福”字,截至1月12日下午已被全部领完。

此外,中国银联1月9日还推出“五兔迎春”数字藏品,分别以航天、海陆丝绸之路、农业、工业、体育为主题设计了五个不同的兔子形象。

近年来,金融机构纷纷布局数字藏品赛道,并以新奇的形式成功“破圈”。中国银行在第五届进博会期间,限时发行3款特色数字藏品,并结合3D互动带来立体化的数字珍藏体验。

除参与数字藏品发行外,部分银行还深耕数字藏品的保存、分享、使用等功能。例如,工行发布的手机银行8.0版本中,在首页添加“数字藏品馆”专栏,还将通过活动抽奖、任务触发、限时领取等多种形式不定期限量发行数字藏品,用户可领取、查看和使用工行发行的数字藏品,并将数字藏品用于头像,塑造独一无二的数字形象。

助力数字化转型

据中国证券报记者不完全统计,2022年以来,已有工商银行、农

业银行、百信银行等十多家金融机构推出数字藏品。在分析人士看来,当前银行业正处于深度转型的进程之中,借助此类形式能够顺应市场关注热点,拓展品牌影响力,也能在打造多元金融生态方面作出创新。金融机构通过发行数字藏品,在提升用户活跃度的同时,也有助于促进数字金融业务的发展,丰富产品与服务种类。

例如,此次中国银联推出的“用银联 纳百福”数字藏品就需要用户下载云闪付App才可申领,参与部分活动还需要进行注册和绑定银行卡实名认证,这都有利于数字金融业务的推广。此外,在该活动中,还包含了信用卡分期免息、消费支付返现等福利。

中国银行也表示,对元宇宙产品的创新是中国银行顺应数字经济发展、构建数字金融的全新探索,中国银行也将始终秉承“融通世界 造福社会”使命,持续推进“金融+科技+场景”转型发展。

“目前数字藏品被年轻人广泛关注,既新颖又有热度,并具备成本低且自带礼品的属性,是银行与客户交互的新途径和桥梁。”博通分析金融行业资深分析师王蓬博称,另外,数字藏品属于数字科技范畴,从推动自身数字化转型的角度来看,银行也会积极布局该赛道。

坚持与实体价值对应

不少业内人士认为,目前银行业推出的数字藏品主要还是以营销宣传为主,未来可进一步加强数字藏品在多种金融场景中的运用。

易观分析金融行业高级分析师苏筱芮表示,可将数字藏品与银行传统业务进行融合,赋予传统业务新的生机与活力,在巩固客户、打造银行多元生态方面做出创新改进。

东北证券传媒行业首席分析师宋雨翔认为,未来数字藏品产业的核心可聚焦在平台端。“平台直达终端客户,具有用户运营优势,再通过转赠交易等玩法增加用户参与黏性,获取收益。”

此外,在数字藏品“去金融化”的基调上,银行要避免夸大宣传,并引导客户理性收藏。对合作的第三方平台进行资质审核,避免数字藏品出现金融化、证券化等乱象,避免在二次转卖中引发金融风险。

渤海银行副行长、首席风险管理官赵志宏曾撰文表示,数字藏品经营中,对风险乱象的有力防范、对监管合规的及时落实是至为重要的。数字藏品应该以服务于实体经济、促进社会福祉为最终价值的落脚点。商业银行坚持数字藏品与“实体价值”的对应性,坚决避免数字藏品被“过度创新”,成为炒作工具。

来源:中国证券报

