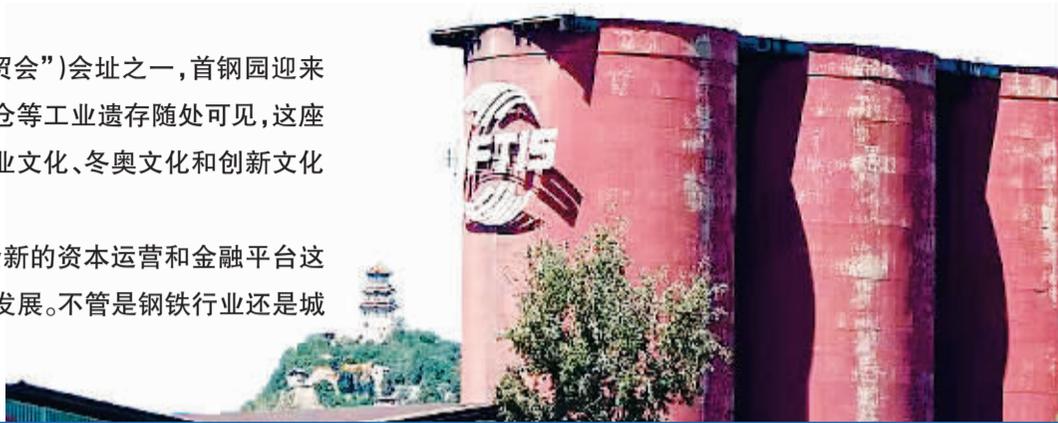


三度牵手服贸会 首钢的ESG探索

作为2023年中国国际服务贸易交易会(以下简称“服贸会”)会址之一,首钢园迎来了与服贸会的第三次“牵手”。首钢园内,高大的锅炉房、料仓等工业遗存随处可见,这座承载着老一代首钢人回忆的园区,如今已成为展示首都工业文化、冬奥文化和创新文化的新地标。而这也正是首钢不断探索ESG的体现。

近年来,首钢坚持“一根扁担挑两头”战略,通过打造全新的资本运营和金融平台这根扁担,实现钢铁和城市综合服务两大主导产业协同并重发展。不管是钢铁行业还是城市综合服务,首钢在ESG探索上都积累了宝贵经验。



钢铁业 打造绿色发展名片

始建于1919年的首钢,是我国钢铁工业的缩影,目前已走过104个年头。

今年50岁的杜军(化名)为首钢奉献了整个青春,陪着首钢完成了从山麓到滨海的跨越。2003年,首钢开始进行搬迁改造,杜军也成为最早前往河北唐山的首钢人之一。

在杜军的记忆中,搬迁后的首钢,愈发重视环保,近年来尤甚。当问及公司在环境治理方面的具体体验,杜军如数家珍。

这不仅是一个普通职工的直观感受,也是首钢践行ESG理念的一个缩影。首钢集团总经理助理刘建辉在

2023年服贸会期间举办的公共关系与中国企业ESG发展专题论坛上分享到,超低排放的标准非常高,在有组织排放和无组织方面以及清洁运输方面都有很高的要求。超低排放下,经统计,与2018年相比,2022年首钢在颗粒物、二氧化硫和氮氧化物的排放值,通过改造之后分别降低了41%、55%、59%。

此外,首钢打造了全流程的高效能源转换体系,打造循环经济的产业链。

不仅过程降碳,首钢在生产产品方面也以“绿色”为目标。

首钢园 工业遗存再利用典范

扁担的另一端,是城市综合服务。在“绿色”与“创新”理念的引领下,首钢园这座曾经的钢铁之城,正在向低碳之城、绿色之城不断转变。

在首钢园区中,“首钢特色”随处可见。目之所及是高炉、烟囱、料仓,原来的刀具车间、修理车间等也被改造成会议室、贵宾室等配套服务设施。

“我们是整体性、保护性的开发。首钢园是老的工业基地,在开发中,首钢园尽可能地保留了工业元素”,谈及首钢园在ESG方面的探索时,刘建辉如是说。

“很开心能见到这些建筑被保留

下来。”从小在首钢园中长大的刘栩栩这样告诉北京商报记者。

在刘栩栩看来,改造后的首钢园兼具情怀和便捷。

刘建辉介绍,首钢园近年来在ESG实践方面获得了不少成果,其中三星级以上认证的建筑达到55%。

从冬奥会到服贸会,在政策支持下,首钢园目前已经成为了集商业、科技、体育、文旅等多种业态于一体的高端产业综合服务区。未来,首钢园将继续践行ESG理念,打造首都城市复兴新地标。

北京商报记者 丁宁/文 张笑嫣/摄

客户至上 守护美好

——国寿北分把准前进方向,坚持高质量发展

我国处于高质量发展的关键时期,党和国家对保险企业的服务能力提出了新的更高要求。作为国有控股金融保险企业的在京分支机构,中国人寿北京市分公司始终践行“以人民为中心”的发展思想,把满足人民日益增长的对美好生活的需要作为出发点和落脚点,不断优化服务环境、丰富服务举措、提升服务品质,全力打造“简捷、品质、温暖”的服务品牌,用心守护人民美好生活。



驿站”系列服务,向高考考生及家长提供伴考休息专区、护考物资、暖心接送等服务项目,走实走心解决客户“急难愁盼”。积极探索多样化、个性化服务,为客户举办“客户生日专享会”等活动,以高品质服务活动优化客户体验。同时,持续优化VIP客户服务体系,全面提升生日礼遇、扩大星级服务范围;搭建优质服务平台,策划“觅春之彩‘郁’你相约”赏花游园、“夏日交响感怀经典”歌剧电影欣赏等高品质大V日主题活动;针对高星级客户提供个性化、差异化的专属服务,彰显VIP服务尊享感。

柜面亮化 服务面貌焕新升级

近年来,中国人寿北京市分公司以客户需求为导向,以体验升级为核心,持续推动柜面“亮化”工程,围绕温暖、智能、时尚、品牌等元素,加速推进柜面服务能力建设。我公司已在全市范围内打造了九家具有科技感、体验感和现代感的“客户体验中心”,布局综合业务区、智能体验区、便民服务区、现金柜台等功能区域,打造集“智能预约、自助服务、客户坐享”为一体的临柜服务体验,创新升级“随到随享”等新型服务模式,实现从“找服务”向“享服务”转变,让客户畅享如沐春风般的体验。

科技赋能 服务流程智能快捷

中国人寿北京市分公司近年来积极落地“科技国寿”战略,从客户需求出发,依托高速发展的线上服务网络和升级优化的线下服务场景,有效提升服务质

效,为客户提供更智能快捷的服务体验。线上,加大寿险APP、保全管家、“空中客服”、微信小程序等线上自助服务工具的推广力度,打破传统时间、空间限制,拓展服务触达、持续提升数字化服务能力。线下,创新智能化服务工具,客户体验中心均设有智能体验区、自助服务区,投放平板电脑及智慧柜员机;优化客户服务动线,推广智能、自助、坐享服务,带给客户线上线下融合、高效便捷的临柜体验。

价值提升 客户体验精彩多元

客户日益增长的对美好生活的需要是中国人寿提升服务价值的催化剂。近年来,中国人寿北京市分公司在健康、养老、生活、美育领域不断延伸服务边界,致力于打造多层次、有格调的服务,不断提升服务价值。持续开展特色主题增值活动,开展“牵手国寿 康享未来”为主题的第十七届国寿客户节,提升客户的参与感与幸福感。全市17家柜面在高考期间提供“高考

真诚守护 为民服务温暖贴心

中国人寿北京市分公司认真贯彻落实积极应对人口老龄化国家战略,不断完善适老化服务,当前我公司17家柜面及95519联络中心均推行适老服务,通过规范老年客户优先服务流程及动线,提供专属服务区域,配备适老服务设施,推行坐享服务模式,有效提升老年客户服务体验及满意度水平。同时,聚焦“新市民”,推出新市民服务,关注户外劳动者需求,打造服务网点“劳动者驿站”,配备微波炉、冷柜等必要设施,提供冷热饮品、休息座椅、应急雨具等服务,为户外劳动者提供休息、补给的港湾。

以人为本初心不改,用心服务永不止步。中国人寿北京市分公司将坚持“以人民为中心”的发展理念,坚持保险的政治性、人民性和专业性,以实际行动践行“相知多年,值得托付”的庄严承诺,加快客户服务模式变革,全力打造线上线下智能化、一体化、综合化的服务通道,用“简捷、品质、温暖”的服务守护人民美好生活,助力推动保险业和社会经济高质量发展。