

# 龙湖集团 恪尽企业责任 尽显战“疫”担当

2月2日,在“中国政府网”上,反映龙湖南苑物业防疫的三张新闻图片十分醒目

物业工作人员实施每日定时消毒作业;小区物业工作人员为业主设立一次性电梯按钮专用纸;小区物业人员对电梯进行定时消毒。

疫情出现后,龙湖南苑物业第一时间响应,采取多项防疫举措,像实施7\*24小时安全守护,物业人员每日对公共区域进行高频消杀等。

重庆方面也给予其高度肯定。2月13日,渝北区住建委通报表扬了18个防疫工作执行有力的物业小区,称赞他们筑起了社区防疫的第一道防线,为全区的疫情防控工作作出了积极贡献,龙湖南苑便是其一。



龙湖北城天街工作人员对购物市民进行体温检测

## 贴心管理方便住户 精细化服务助抗疫

龙湖南苑只是龙湖智慧服务的缩影。

疫情发生后,龙湖智慧服务是最早启动防疫机制的物业服务企业之一。仅春节期间,龙湖智慧服务日均有21768人坚守在一线岗位上,排班共超过152376人次,确保有充足的人手可以防控疫情。

“预防一线是物业。物业服务行业作为保障群众生活必需的行业,此刻更要做到守土有责、守土担责、守土尽责,严守防疫的第一道防线。”龙湖智慧服务相关负责人如此表示。

按照这一信念,龙湖智慧服务实行所有在管项目一天不低于两次的公共区域全覆盖消杀;配备废弃口罩专用投放垃圾桶,定期消杀并交由环卫部门处理;对封闭式项目进行封闭管理,外卖及快递人员不得进入,排查外来车辆,对往来人员进行体温检测;逐户排查装修未完工情况,暂停装修施工等动作。

龙湖智慧服务严格执行全市防疫要求之余,还通过贴心、细致的服务,确保居民可以在疫情期间方便地生活。

疫情期间业主买菜难,龙湖智慧

服务便与蔬菜基地联系,把新鲜蔬菜直采直送到业主家中。同时,与永辉超市共同推出“社区保障计划”,以“物流仓库+配送到家”的新模式,更加优质优价的产品和服务。

针对空巢老人等特殊人群,龙湖智慧服务采取了生活物资代购代送服务、空巢独居老人定期关怀及生活照料、在线医生咨询服务方式,解决其生活难题。

还有一些个性化的服务:有些市民因疫情无法回家,龙湖智慧服务提出帮其照顾宠物,比如喂食、处理排泄物等,每天给业主汇报宠物情况;针对在家学习上网课的小业主学习需求,项目客户中心提供免费打印学习资料服务等。

## 防疫举措准备充足 确保复工达产安全

随着疫情整体形势的好转,在不放松疫情防控的前提下,有序复工复产成为各地区的重要任务。作为重庆的龙头企业,龙湖自然积极响应,助力重庆的经济恢复。

2月21日,龙湖沙坪坝枢纽项目正式复工,成为主城区首个正式复工的开发建设项目。为此,龙湖集团首先从源头、管理等多方面着手,确保项



龙湖物业人员对小区进行消毒



龙湖光年项目工程负责人对参建方代表进行防疫工作安排

目复工的安全性。

源头上,项目要求,所有返岗员工及工人在进场前,需在街道及派出所进行核对及健康信息确认。确定进场后,龙湖集团则把他们安排进工地附近的酒店,保证返岗工人分时分段分区分隔。

管理方面,项目把以前大劳务班组合分为3人到5人的安全生产小组,保证工人分散施工作业。同时,每个小组

明确组长,他要承担防疫物资领取、发放,疫情宣传、监督指导、报告上级等职责。

此外,施工现场防疫巡逻小组抽样复查,每天定期对工地、办公室、宿舍进行全面消毒杀菌,同时对进出人员进行日常体温检测登记。

除了复产,龙湖集团也在推动“消费”的恢复。

2月27日,龙湖北城天街恢复营业,LG层首批包括高化、潮流服饰、珠宝等品类合计36家品牌正式恢复营业,其他品牌及楼层则会逐步恢复营业。

敢于开业,证明他们具备在恢复商业业态时,做好防疫工作的能力。

商场相关负责人表示,选择开放LG层是有原因的。该层公共区域四面,可有效与室外空气对流交换,通风效果良好。

商场严控准入,不仅要佩戴口罩、测量体温,还需要出示“渝康码”,只有呈“绿色”的人,方能通行。在消毒工作方面,商场每两小时对电梯、咨询台、围栏扶手等公共区域设备进行酒精擦拭消毒,并对全场每两小时进行一次消毒。

## 减免租金捐赠一线 大企业展现大担当

力量越大,责任感越大。疫情期间,龙湖集团除了做好份内之事,也展现了一家大企业的大担当。

1月30日,龙湖集团正式宣布,对旗下商场的所有商户,2020年1月25日(农历大年初一)至2020年3月31日期间,租金费用(含物管费、推广费)减半。

这一减免政策,覆盖龙湖商业布局的重庆、成都、西安、北京、上海、杭州、苏州、常州、南京、合肥10座城市,在营的39座商场(包括天街、星悦荟、家悦荟),支持到超过4500家合作品牌。

此举,对这些商户无疑是“旱后甘霖”。

这些商户受疫情影响无法营业,且错过了春节这一黄金消费期,经济损失明显。龙湖集团的减免政策,则降低了其运营成本,减少商户损失之余,也有助于他们更有信心地响应国家号召,歇业战“疫”。

对疫情最严重的武汉,龙湖集团则在1月25日宣布,捐赠共计3500万元人民币的现金及医疗物资,用于支援武汉及周边地区的疫情防控工作。这些捐赠,包括龙湖集团企业捐赠的2000万元现金,以及集团董事长吴亚军女士个人捐赠的1500万元医疗物资。

“这些捐赠并不容易。”龙湖集团相关负责人称,前期因为物资紧缺,首批的医疗物资,都是龙湖集团通过各种渠道,从全球紧急采购而来,包括医用乳胶手套3.5万副、医用防护服2.8万副、医用防护帽2万个,以及若干医用口罩、防污染鞋套、护目镜等战“疫”一线急需且符合国家标准的医疗物资,价值150余万元。

龙湖集团方面则表示,“善待你一生”是集团的使命,在疫情期间,龙湖集团自然要恪尽企业公民责任,与全国人民一道,抗击疫情,共克时艰。

杨骏 图片由龙湖集团提供

## 新华保险

### 开展“3·15”消费者权益保护教育宣传周活动

为切实保护消费者合法权益,落实中国银保监会关于开展“3·15”消费者权益保护教育宣传周的统一部署,新华保险近日开展多项线上消费者权益教育宣传活动,从三方面助力疫情防控。

#### 服务创新 优化服务 保障权益

疫情期间,为避免人群聚集,新华保险大力推广线上服务,公开发布十大服务承诺,接受各界监督,全面畅通维权渠道,保障消费者合法权益。

#### 提示温馨 警示宣讲 提示风险

公司积极在销售队伍中树立诚信服务典范,开展线上警示宣讲,同时通过官方微信(订阅号“新华保险直通车”)转载发布银保监会制作的“以案说险”风险提示,助力客户避免消费风险。

#### 宣教用心 广泛宣传 普及知识

公司积极参加各地金融知识宣传活动,并通过官方微信、官网、内报内刊等自媒体矩阵,立体化、多渠道宣传金融知识。此外,公司还积极组织员工开展线上集中学习,为消费者设计线上趣味活动,全方位普及金融知识。

此次“3·15”消费者权益保护教育宣传周,旨在落实全国银行业保险业监督管理工作会议精神,持续推进银行业保险业消费者权益保护工作,做好新冠肺炎疫情期间金融服务支持,全面打赢疫情防控金融阻击战,不断增强金融消费者的自我保护意识和风险防范能力。

新华保险历来高度重视消费者权益保护工作,已将消费者权益保护教育嵌入日常经营全流程。公司将本次教育宣传周为契机,在保障人身安全的前提下,组织全国1700余

家分支机构通过职场电子屏播放宣教资料,悬挂条幅、张贴海报等形式,进一步扩大教育宣传的范围,提升消费者维权意识,切实保护消费者合法权益。



## 为客户打造“好房子” 看碧桂园在渝进阶秘诀

特殊时期,人们对住宅的核心需求正在悄然发生着变化,对“家”提出了更高的要求,这也给房地产业及住宅产品带来新的思考。如何根据消费者需求变化,抓住客户的心理,打造出“好房子”,是当下所有房企需要面对的共同命题。

3月伊始,一场关于“好房子”的话题逐渐发酵,健康与住宅的关系受到越来越多的关注。而这场话题的发起者就是碧桂园重庆区域,这个一贯奉行产品主义与客户主义的房企,面对市场需求的变化,率先提出“碧享家——定制你的好房子”理念,深刻理解市场和客户对绿色健康建筑的向往和追求,并牢牢抓住客群的多元化需求。

#### 打造精品住宅产品线

什么是“好房子”?碧桂园董事局主席杨国强曾对产品研发提出过“八字要求”:安全、实用、美观、经济,这也是碧桂园的产品力核心。

在此基础上,碧桂园研发出了针对三、四线城市精品住宅产品线以及不断更新中的一、二线城市产品库等。其中精

品住宅系列产品是基于购房者居住舒适度、提升人居体验等多种因素考虑设计的,在三、四线城市极具竞争力。

#### 以产品力为核心

在三、四线城市如鱼得水之后,碧桂园2015年组建专门针对一线城市地块的“一线设计部”,重庆是最早进入这一名单的城市。

在重庆主城,碧桂园最先落地的嘉誉项目发挥了多年的精工优势,面世后取得了业绩和口碑的双丰收。位于照母山的碧桂园中俊·天玺、悦来的融创碧桂园·望江府、龙兴的碧桂园金科·未来城市,分别以融合中魂西技的新中式、时尚前卫的生态科技和垂直绿化、开放社区的全新理念,成为市场中的定制式产品,也是对碧桂园产品库的一次更新。

#### 产品定位“两条腿”并行

在产品库逐渐丰富后,碧桂园在产品定位上保持着“两条腿”并行的方式。碧桂园在三、四线城市更多是先锁定目标客群所需求的产品,然后根据产

品寻找合适的土地。针对一、二线城市,碧桂园通常在拿地后先进行市场调研,从而确定业态、产品面积段、产品类型等。但是为了保证开发节奏,碧桂园一般会在拿地前完成土地调研等工作,将大量工作前置。

#### 深度融入重庆特色

从土地调研、产品研发,到接受市场反馈、产品细节调整,每一步都要反复推敲,每一个细节都要做到极致,这就是碧桂园重庆区域设计产品的匠心标准。

一套产品线在落地重庆时,碧桂园重庆区域会针对每一个项目进行针对性研发。基于此,碧桂园重庆区域的产品库每半年都将根据市场的反馈进行更新,即使已经获得市场好评的产品,也会做进一步的优化和调整。

产品作为房企的核心竞争力,碧桂园在全国有足够多的项目和客户可提供意见支撑,加上重庆的产品水平本就处在全国领先梯队,相信碧桂园重庆区域将会为客户、为市场、为城市创造出更多的居住样本。 方媛

## 新华保险发布2020年客户服务十大承诺

新华保险积极贯彻落实中国银保监会要求,加强金融服务支持,助力疫情防控,正式启动2020年“3·15”消费者权益保护教育宣传周活动。



3月5日,新华保险正式发布2020年客户服务十大承诺,突出线上服务,进一步提升服务品质,优化客户体验。

一、实时响应全天候 95567客服电话、微信、手机APP、网站,多平台服务,智能互联,便捷高效,7×24小时全天为您守候。

二、贴心门店在身边 千余家客服中心伴您身边,升级健康安全防控,丰富自助服务功能,贴心服务零接触,业务办理更便捷。

三、投保便捷更安心 全天候提供线上投保服务,关键环节短信提醒,电子保单实时查收,投保方便又快捷,畅享服务又安心。

四、多样回访保权益 多环节提醒、多时段预约的新契约回访服务,更可以选择微信方式,方便快捷,全面掌握保单权益。

五、保全服务更简单 提供客户信息变更、满期金领取等60余项保全服务,特定业务可通过自助服务平台办理,便捷尊享

保单权益。

六、快速理赔优服务 建立客户自助理赔平台,个人客户5000元以下小额及一般赔案2日内、复杂疑难赔案30日内知晓结果。

七、寻找理由主动赔 主动为您寻找赔付理由,重疾客户慰问先赔,重大突发事件主动寻访,紧急医疗提前预付。

八、投诉畅通快响应 优先推荐电话、网络形式投诉,“电、网、信、访”多渠道受理,第一时间响应,一般投诉15日内办结回复。

九、增值服务优体验 高端客户专属臻爱积分服务,特定产品健康管理服务,创新特色附加服务,全方位关爱您的生活和健康。

十、合规销售守诚信 详细讲解投保提示和条款内容,主动提示保险产品的特点和风险,让您消费安心,投保放心。 不忘初心,承诺如新!新华保险将以科技赋能、全媒融通的智慧服务为广大客户打造全新服务体验!

#### 主动担当 全力以赴

## 泰康集团火速集结一线抗疫

新冠肺炎疫情发生后,泰康集团快速行动,全力以赴投入到抗击疫情的战役之中。

1月21日,泰康集团董事长陈东升第一时间表示将捐赠1000万元及武汉医护人员特别保险,打响企业援助武汉的第一枪。

同时,泰康第一时间启动重大公共卫生事件应急预案,泰康人寿、泰康养老、泰康在线、泰康健康等子公司及时公布应对服务举措,为客户及家属提供便捷的服务。随后的两个月,泰康抗击疫情捐款资金及物资超过7600万元。

泰康集团向一线检测检验人员捐赠总风险保额超12亿的一年期特别保险;为全国396万医护人员赠送特别保险;向新闻工作者捐赠一年保额20万的人身保险以及防护包,覆盖超3000名记者;向武汉大学捐赠1000万,资助武汉大学病毒学国家重点实验室开展新型冠状病毒病原学及防治研究,包括新冠病毒感染的防治技术、检测技术、药物和疫苗研

发。

推出“爱心保”公益保险计划,该计划在原有意外险基础上扩展了感染新冠病毒后身故或致残的赔付责任,帮助国人增强必胜信心,并承诺爱心保盈余将全部捐赠给公益基金。

投资40亿的大型三级综合医院—泰康同济(武汉)医院火线请战,提前开业,投入武汉保卫战,成为首家列入抗疫主战场的大型民营企业。

累计收治超1000名确诊患者,解决公共卫生医疗资源缺口,在战疫最紧要的关头缓解了燃眉之急。

启动“抗疫白衣战士”子女专项招聘计划,为驰援湖北的全国医护人员子女,提供应届毕业生及在校实习生全国就业岗位。

截至2月29日,泰康人寿完成赔付金额2.24亿元,理赔人数2.1万次,新冠疫情影响赔付金额327万元。为客户办理保单保全服务81.4万件,受理客户电话咨询23.6万件。

泰康人寿重庆分公司自新型冠状病毒感染肺炎疫情发生以来,认真贯彻落实多项政策及泰康集团的工作要求,出台多项举措,主动担当,发挥保险行业专业优势,投入疫情防控战役。截至3月9日,泰康人寿重庆分公司抗击疫情捐款超7万元;向全市人民捐赠防疫保险超11万件,保险金额超110亿元。