

中国人民银行等八部门 推出25条举措加强民营企业金融服务

中国人民银行27日发布消息称，中国人民银行等八部门近日联合印发通知，明确金融服务民营企业目标和重点，并提出支持民营经济的25条具体举措，持续加强民营企业金融服务，努力做到金融对民营经济的支持与民营经济对经济社会发展的贡献相适应。

为全面落实《中共中央 国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》，近日中国人民银行、金融监管总局、中国证监会、国家外汇局、国家发展改革委、工业和信息化部、财政部、全国工

商联等八部门联合印发《关于强化金融支持举措 助力民营经济发展壮大的通知》。通知明确，在总量上，要通过制定民营企业年度服务目标、提高服务民营企业相关业务在绩效考核中的权重等，加大对民营企业的金融支持力度，逐步提升民营企业贷款占比。在结构上，要加大对科技创新、“专精特新”、绿色低碳、产业基础再造工程等重点领域以及民营中小微企业的支持力度。

通知强调，要从民营企业融资需求特点出发，着力畅通信贷、债券、股

权等多元化融资渠道。银行业金融机构要加大首贷、信用贷支持力度，积极开展产业链供应链金融服务，不盲目停贷、压贷、抽贷、断贷。优化民营企业债务融资工具注册机制，鼓励和引导机构投资者积极科学配置民营企业债券。支持民营企业上市融资和并购重组，发挥区域性股权市场、股权投资基金对民营企业的支持服务作用。通过提升经常项目收支便利化水平、完善跨境投融资便利化政策、优化跨境金融外汇特色服务，支持民营企业“走出去”“引进来”。

通知提出，要综合运用货币政策工具、财政奖补和保险保障等措施，提升金融机构服务民营经济的积极性。加强部门合作，完善信用信息共享、融资担保、便利票据贴现、应收账款确权、税收等配套政策和机制。各地金融管理、发展改革、工信、财税、工商联等部门加强沟通协调，提升政策实效。

中国人民银行表示，下一步，中国人民银行等部门将指导金融机构抓紧落实通知要求，制定具体实施细则。同时，加强统计监测和政策效果评估，确保政策惠及民营企业。



在特斯拉上海超级工厂，工人在车间内忙碌。

长三角一体化发展上升为国家战略五年间，新质生产力加快“连点成线聚成面”——今年前三季度，长三角地区新能源汽车产量超过260万辆，这意味着不到十秒，就有一辆新能源汽车在长三角走下产线。

长三角地区历来是中国的汽车产业高地。现在，新能源汽车更是成为这里的“金字招牌”。

中国汽车工业协会的数据显示，今年前三季度，中国新能源汽车出口82.5万辆，同比增长1.1倍。上海海关的数据显示，上海海关前三季度出口电动载人汽车超42万辆，同比增长47.57%。

当前，新能源汽车产业链在长三角逐步集聚、快速发展。前三季度，上海、江苏、浙江、安徽新能源汽车产量分别达到91.5万辆、70.5万辆、41.8万辆和60.6万辆，在全国同期产量中的占比超四成。

在长三角的“造车版图”中，分工合作的格局加速形成：在上海进行新能源汽车的设计，并为这辆车提供芯片、软件等“车辆大脑”；在安徽桐城，堪称“汽车心脏”的动力电池产量逐步提升；在江苏南京，新能源汽车完成组装、走下产线；在浙江永康，对车内的智能软件进行测试……

产量快速增长的同时，长三角逐步形成了新能源汽车的“4小时产业圈”，一辆新能源车从硬件到软件、从设计到生产，都可以在“包邮区”内完成。

以特斯拉上海超级工厂为例，这一工厂的产业链本土化率超过95%，在上海、苏州、宁波、南通等长三角地区建立起“4小时朋友圈”，覆盖了电池、车载芯片、自动驾驶系统等新能源车零部件的全生态链。

在此前举行的长三角一体化发展高层论坛上，长三角勾画出一个新目标：打造世界级新能源汽车产业集群。

“以上海为代表的长三角地区，汽车制造业基础雄厚、创新研发人才集聚、信息技术发达，再加上充电设施日益完善、应用场景不断扩展，这些都为打造新能源汽车产业集群奠定了良好基础。”中国汽车工业协会副总工程师许海东说。

不到十秒
一辆新能源汽车在长三角走下产线

台州仙居 让老人安享幸福『食』光

“花妹，吃饭嘢，中午有红烧肉、青菜和豆腐……”近日的一天中午，台州市仙居县白塔镇茶溪村90岁的蒋焕苏和往常一样，从村老年食堂打包饭菜带给妻子徐花妹。

茶溪村是仙居县最早建成老年食堂的村社之一。徐花妹因病卧床不起，丈夫蒋焕苏一日三餐做饭，还要不时给徐花妹递茶送水照顾她，这让上了年纪的蒋焕苏感到体力不济。自从村里办起了老年食堂，极大减轻了他的负担。

仙居县有60周岁以上老年人11.75万人，老人吃饭难的问题普遍存在。近年来，该县积极完善养老服务顶层设计，出台《仙居县养老服务设施布局专项规划》。加快构建“智能化、多元化、规范化”的城乡老年助餐体系，正是该县养老服务设施布局的重要一环。目前，仙居县共建成老年助餐点位244个，服务覆盖308个村社，初步形成30分钟助餐服务生活圈。

“上午在家打扫卫生，中午到老年食堂就餐，饭后到隔壁的养老服务中心活动室看看电视、打打乒乓……”仙居县南峰街道水孔头社区83岁的张华琴笑着说。该村在老年食堂设计之初就考虑到老人的休闲娱乐需求，设置了放映室、棋牌室、健身室、医疗室等功能区。

该县还创新邻里互助“新模式”，在偏远的村社开设“老省心共享小厨”，以资金补助的形式，委托村内具备一定条件的村民提供共享就餐服务，既解决了独居、留守、困难老人的用餐难题，同时，该县还在旅游业态丰富，民宿经济较好的地区，利用“民宿+养老”解锁“共享餐桌”服务，鼓励民宿创收经济反哺村里老年人助餐。目前，该县已开设12家“老省心共享小厨”，有18家民宿为老人提供助餐服务。

爱心食堂虽小，要办好却不容易。“为了让老年食堂能够健康可持续发展，我们通过统筹政府财力、集聚社会资源、动员公益力量，举全县之力将老年食堂打造成养老服务的金名片。”仙居县民政局副局长暨建敏介绍。



眼下正是西兰花收获的季节，在余姚市小曹娥镇的西兰花种植基地里，菜农在田间来回穿梭，忙着采摘、装筐，处处洋溢着丰收的喜悦。

近年来，余姚市通过共富工坊把发展种植西兰花作为乡村振兴的重要产业，探索并完善了“农场+农户”“合作社+农户”的经营管理模式，运用订单、合约、参股合作等多种形式，联合当地农民建立了紧密型、半紧密型和松散型西兰花种植基地，走出了一条“利益共享、风险共担、物技结合、网络联动”的西兰花产业化路子。

丽水优化升级全链条就业创业服务体系 成长有舞台，年轻的朋友来相会

日前，来自武汉大学、浙江大学、华中科技大学等国内近300所高校的1万余名大学生共同奔赴丽水，参加“好年华·聚丽水”第四届全国大学生双选会。1598家优质企事业单位线下设点，线上带岗，“晒”出岗位1.6万余个，其中年薪10万元以上的岗位达三分之二，最高年薪超90万元。丽水还为参加双选会的青年学子提供专车接送、食宿全免等服务，以满满诚意广聚“青春合伙人”。

丽水市人力社保局公布的相关数据显示，作为丽水吸引青年学子的重要品牌，全国大学生双选会已连续举办3届，线下线上累计接洽高校毕业生40万人次，接收简历4万余份，当场达成意向超过1万人。

丽水市人力社保局相关负责人介绍，眼下，丽水正优化升级“引、育、留、用”全链条就业创业服务体系，积极落实公共服务“七优享”工程，大力实施创新创业活力集成改革，推出富有丽水特色的就业创业政策，成立丽水创业创新学院，实施大学生“创业启航”行动等，全力打响“就在浙丽、想创就创”品牌，成功入选全国就业创业服务示范城市创建名单。

在青年引育方面，丽水同70余所高校及38家知名机构建立合作机制，搭建“家燕归巢”等青年集聚平台，吸引更多青年到丽水就业创业；推进东西部协作和对口帮扶，实施技工院校招生西部计划，吸引西部地区青年留丽就业；以开展高质量打造浙

派工匠“增技增收”先行区试点为契机，深入实施技能人才共富能力提升行动，推进高技能人才队伍三年培育行动计划，开展职业技能培训超7万人次，新增技能人才4.43万人，其中高技能人才1.62万人，高技能人才增幅居全省首位。在青年留用方面，丽水推动青年之家、青年驿站建设，打造浙丽青年“创梦服务综合体”，全力保障青年学子在丽水就业实习有补贴、住房安居有保障、子女教育有政策、提升发展空间，让广大青年真正实现安居乐业。

记者了解到，近5年来，丽水累计吸引高校毕业生等各类青年16.24万人，人力资源总量年均增长20%。



中信银行

CHINA CITIC BANK

杭州桐庐支行

HANGZHOU TONGLU SUB-BRANCH

一家有温度的银行

《中国银行业品牌调研报告2023》显示：
股份制商业银行始终走在品牌创新前沿

近日，全球领先的第三方企业品牌评估及战略咨询公司Brand Finance在京发布《中国银行业品牌调研报告2023》(以下简称《调研报告》)显示，国内各家银行充分认识到在竞争激烈的市场中留下印记的重要性，纷纷采用创新的品牌战略，以提高其品牌定位和亲和力。虽然大型国有银行在零售银行业务市场和对公业务市场都占据主导地位，享有较高的品牌“熟悉度”和“认知度”，但是股份制商业银行致力于为客户提供个性化的服务和产品，并在“创新度”这条赛道上迅速腾飞。

《调研报告》通过对大型国有银行和股份制商业银行的深度剖析指出，在零售银行业务方面，市场的激烈竞争正在促进股份制商业银行之间的良性分化，“便利的自动取款机和分支机构”是品牌“考虑度”的最主要驱动因素；而在对公业务市场中，“重视与客户的业务关系”是品牌“考虑度”的首要驱动因素。

具体来看，当前银行业越来越倾向于通过品牌推广活动吸引更多多元化的客户群。中国工商银

行、中国农业银行、中国银行等大型国有银行在零售银行业务市场中保持着极高的“认知度”和“熟悉度”水平，它们不仅维持了其市场主导地位，并且在不断积极提升其品牌影响力。而在股份制商业银行中，招商银行和中信银行在零售银行业务市场的“创新度”方面处于领先地位，展现出引领市场的潜在实力。例如，招商银行通过创新试验和创建品牌知识产权(IP)来弥合金融机构与年轻一代之间的距离，在消费市场持续保持强势，一直处于创新的前沿。

在对公业务方面，大型国有银行拥有庞大的客户基础，在品牌声誉度、亲和力和相关性方面也占据主导力量。虽然规模不及国有大行，但中信银行与各家商业银行相比保持了良好的声誉。这种良好声誉的来源包括其对诚信的承诺、对稳健业务关系的关注、对企业银行业务的专业化以及对现代化的执着追求。在溢价能力方面，非中资银行居于领先地位，中信银行亦在股份制商业银行中脱颖而出，突出了客户对其品牌产品服务价

值的高度认可。

值得注意的是，在金融科技发展浪潮下，股份制商业银行正在努力寻求市场创新，专注于整合金融服务、业务运营和数字技术，为客户创造无缝和创新的银行体验。同时，许多银行品牌还采用了裂变营销的模式，这是一种将传统的店内推广与关系营销等现代方法相结合的模式，展示出各家银行对创新和动态营销实践的承诺。

此外，《调研报告》还显示，环境、社会和治理(ESG)倡议在国内银行业的品牌战略和传播中持续发挥着关键作用。各家银行积极响应国家号召，引导绿色消费行为，全面推动向绿色低碳消费的转型。

Brand Finance中国公司总裁陈亿登表示：“随着国内经济的稳步复苏，业务运营方面的创新进步将有望减轻银行业的压力，这为中资银行创造了提升品牌价值的绝佳机会。通过落实品牌管理，将品牌视为战略资产的重要组成部分，可以进一步巩固中资银行在市場中的地位。”