

# 税惠守护记忆中的“老味道”



近日,昌吉州税务局税务干部走访糕点小店,了解小店生产经营情况,送去税费优惠政策。  
顾心轩 摄

**本报讯** 通讯员顾心轩报道:眼下年味渐浓,承载着对甜蜜生活的美好期盼的中式糕点,成为了走亲访友、表达祝福的热销产品。昌吉州税务局结合即将到来的春节旺季,深入辖区糕点行业了解经营情况,问需求、送政策,让税收政策红利直达市场主体“神经末梢”。

“十年前,我们从宁夏来到新疆,到处借钱盘下了小店,扎根在这生活。现如今,我们注册了‘马晶糕点’商标,在县城经营着两家分店。”提到自己的糕点生意,呼

图壁县马晶糕点房老板马晓天打开了话匣子。他们夫妻二人精通宁夏特色糕点制作工艺,开办糕点店近10年来,不断改良创新糕点品类和技艺,让食客品尝传统正宗特色糕点的同时,又赋予了传统糕点的新滋味。

制酥皮、调制馅、包饼皮、定型、烘烤……一大早,在马晶糕点房前,前来提货的商家已经排起了小长队,员工们正在加急赶制年前的订单。呼图壁县货物集中、品类繁杂的老市场里,承载了很多人记忆里的“老味道”,马晶

糕点房就开在这里。马晶糕点以皮薄酥脆、内馅丰富、物美价廉成为这众多的“老味道”中一张响亮的名片。

“现在马上到春节了,店里最热销的‘五福糕点’供不应求。‘五福糕点’一盒里面是五块儿,由红枣、核桃、板栗、瓜子、腰果五种食材组成,代表着红红火火、阖家幸福、大吉大利、早生贵子、腰包鼓鼓,寓意美好、营养美味。”说起“五福糕点”,马晓天眼神中闪烁着自信:“国家的各类政策越来越好,我们的创业成本越来越低,我们店里的产品五年都没涨价。说起这份加量不加价的底气,是国家的好政策给的!”

如今,马晶糕点承载着当地许多人对家乡的亲切记忆。回忆起曾经艰难的创业时光和刚刚过去的2022年,马晓天心里也不免心生感慨:“这几年疫情给小店带来了不小的冲击,光是店面房租、员工工资、原材料采买就是一笔很大的开支了,心里也有过裁员、缩减店面的想法。好在国家的好政策一波接一波,一直在为我们减负担。2022年,我们享受到免征增值税等税收优惠政策,减免的1万多块钱对小店而言,也是一笔不少的资金,给了我信心和鼓舞,就像习近平总书记在新年贺词中说的,‘14亿多中国人人心往一处想、劲往一处使,同舟共济、众志成城,就没有干不成的事、迈不过的坎。’以后的好日子还长着嘞!”

## 昌吉国民村镇银行多举措抢抓“开门红”

**本报讯** 通讯员金晓莉报道:昌吉国民村镇银行立足于早行动、早部署、早见效,凝聚共识,确立目标,考核激励,落实行动,主要以“战队PK”“团队比拼”“个人挑战”三个活动为主题,结合“线上+线下”双渠道营销方式,展开2023年“开门红”活动。

客户是完成“开门红”业绩的核心,对客户的盘点、储备、服务、维护、营销等是“开门红”的工作主线;扩展客户覆盖面、让潜在客户基数足够多,是产能基础;提升潜在客户向准客户、准客户向成交客户的转换量,是产能关键、更是必胜法宝。针对村镇银行的定位,该行

精心制定了“开门红”产品,其中步步盈一号、步步盈二号是今年“开门红”的主推存款产品。该产品是一款比同业同期限存款收益率高出0.6个百分点的定期存款产品,短期、中长期任客户选择。

该行始终坚持“服务乡村振兴”的市场定位,支农支小,将大量信贷资金投入春耕备耕中,推出支农宝、速贷宝、备用钱包三大产品,以特色信贷产品为抓手,降低农户、小微企业融资成本,逐步完善农村金融服务渠道体系建设,有效解决农民、涉农经济组织等在春耕备耕生产过程中的资金需求。

据了解,该行自成立以来累计投放涉农贷款203亿元,为助力地区经济发展,提供了有力的金融支持保障。全行上下牢固树立“产品+服务”理念,明确分工、各司其职,坚定“开门红”必胜信心,锻造一支心中有责任、肩上有担子、手上有招数、脚下有路子的员工队伍,为实现“开门红”而奋斗。

“2023年‘开门红’活动既是集结号,更是冲锋号,全体员工深知‘开门红’意义重大,也将牢记‘开门红’工作的重点,团结一心,共同努力,为全年业务稳健发展奠定良好的基石。”该行相关负责人表示。

中国人寿

以人民为中心

打造客户服务满意口碑

中国人寿保险股份有限公司坚定不移贯彻落实党中央重大决策部署,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求作为出发点和落脚点,直击客户的“急难愁盼”,不断创新服务理念、提升服务效率、丰富服务举措,开拓服务生态,倾力打造“简捷、品质、温暖”的服务品牌,让客户畅享如沐春风般的体验。

**强基固本,科技引领,在简捷服务上聚力**

自2015年上线至今,寿险APP注册用户数突破1.28亿人,平均月活人数达876万。随着客户通信服务需求的激增,95519客户服务专线从技术中寻找服务供给突破口,优化一级服务算法,更快速地落实客户问题点。客户拨打95519即可享受“号码只拨1次、语音只听1次、需求只说1次”的便捷服务。在95519日均接听电话6.6万余通、白天高峰期平均每15分钟超4500次的作业压力下,为客户疏导情绪、化解矛盾的同时,是科技应用的力量让联络服务高效落实,以智慧科技速度连接电话两端,传递国寿联络服务的爱。

**聚焦价值,融合生态,在品质服务上给力**

2011年,中国人寿寿险公司发起成立“国寿小画家”少儿社会美育公益项目,12年来全国超过1000万的小朋友在“国寿小画家”舞台上绽放过光彩,合作美育机构超过2000家。“国寿小画家”旗下的“艺术回山”公益项目,与国内权威美育专家和艺术家携手,用善意为山区的青少年儿童开启艺术大门。“国寿小画家”为全国城乡青少年儿童提供美育发展土壤,成为具备较强社会影响力的社会美育服务品牌。

**贴心相伴,真诚守护,在温暖服务上加力**

2020年3月,中国人寿寿险公司“空中客服”应运而生,打通线上服务“最后一公里”。2021年4月,服务功能全面升级,基本满足客户所有业务线上办理需求。截至2022年11月底,累计通过视频互联为客户提供办理保全服务近50万件。2021年7月,中国人寿寿险APP“尊老模式”上线,聚焦老年客户高频需求,提供远程视频、语音播报、语音转文字等贴心服务,实现畅通一站式业务办理。截至2022年11月底,近280万客户使用“尊老模式”超1860万次,让老年人不再受“智能之困”。

中国人寿寿险公司为60周岁及以上老年客户率先推出“一声直达 一键接人”服务举措。老年客户拨打95519客户服务专线,系统自动精准识别后会通过语音提示快捷接入人工服务。2022年1至11月,人工接通率达98.07%,自2020年9月开通以来,已为86.98万人次老年客户提供专线服务。

**心系民生,情牵客户,在权益保护上得力**

2022年,公司累计开展消保审查超6000件,提出修改意见近700条,降低权益风险。不断完善“用户信息授权及个人隐私保护政策”条款,以科技实力守护消费者信息安全。畅通多个渠道受理客户投诉,建立健全多元纠纷化解机制。通过不断强化消保工作事前、事中、事后全流程管理,实现消费者权益保护水平提升。

到现在,中国人寿寿险公司已为5亿多客户提供了保险保障服务。未来,中国人寿寿险公司将秉承“以人民为中心”的发展思想,加快客户服务模式变革,通过串联打造线上线下智能化、一体化、综合化的服务通道,让客户享受到高质量、高价值、高时效、高科技、高情感的服务,用“简捷、品质、温暖”的服务守护人民安康,让“好服务”成为客户对中国人寿品牌的直观评价,让卓越服务成为公司战略的强大推动力,为助力实现人民对美好生活的向往而不懈努力。

中国人寿 CHINA LIFE | 保险 · 投资 · 银行

