

长三角G60科创走廊ESG发展联盟首届会员大会召开 构建区域绿色转型新生态

3月27日,长三角G60科创走廊ESG发展联盟首届会员大会在沪召开,该联盟由企业、金融机构、专业服务机构及科研院所等多元主体共同发起,打造可持续发展的“长三角样本”。

青年报记者 孙琪

多元主体共建 ESG 生态圈

记者获悉,该联盟突破传统组织边界,汇聚企业、银行金融机构、保险公司、证券公司、股权投资机构、基金公司、担保机构、征信公司、律师事务所、会计师事务所、投融资行业社团组织、投融资顾问机构、G60示范园区和高校等联合性的非营利性社会团体法人,形成覆盖 ESG 实践全链条的“生态联合体”。

江苏银行凭借在绿色金融领域的创新实践,当选第一届理事长单位,并同步发布“G60绿色惠企贷”专项产品,为联盟注入金融活水。

多维度推进绿色转型

记者获悉,该联盟确立多项工作目标:构建绿色转型理念传播体系,推进可持续发展路径创新,完善企业 ESG 风险管理体系,提升企业 ESG 信息披露透明度,强化负责任投资实践等。

未来将在如下领域重点发力:如跟踪分析 ESG 领域政策、市场、产品服务等信息,为联盟成员提供政策解读和培训,为联盟成员及时提供国内国际 ESG 动态,培养 ESG 专业人才,



提供服务与渠道。着力深化国际交流合作,结合扩大制度型开放,支持相关机构参与国际 ESG 框架设计、标准制定和规则推广,推动开展国际项目合作和技术交流。结合服务企业走出去,鼓励企业开展绿色贸易,加大跨境绿色投资力度,帮助走出去企业加强风险识别和管理,更好遵守当地法律、开展合规经营。

创新服务破解转型痛点

联盟还将创新服务模式。在联盟成员间开展项目对接、技

术对接、融资对接,以及活动举办、信息分享、专场信息对接,引导联盟内 ESG 评级机构为其他成员提供 ESG 评价服务;搭建培训与交流平台,为 ESG 参与各方提供碳中和知识、管理及实操培训等,加强专业技术支撑队伍建设,培养碳中和人才,提升服务能力和水平;围绕 ESG 国内外发展趋势,开展调查研究,形成研究报告等。

此次联盟的成立,标志着长三角 ESG 建设从分散探索迈向系统推进的新阶段,为区域经济高质量发展注入绿色新动能。

资讯

2024 年友邦人寿业绩亮眼

友邦保险控股有限公司日前公布了2024年全年业绩,其中国内地全资子公司友邦人寿保险有限公司(以下简称“友邦人寿”)凭借客户驱动、卓越渠道和区域拓展三大引擎,实现新业务价值增长20%,年化新保费增长10%,展现出强劲的高质量发展动能。

去年,友邦人寿秉持“客户驱动的业务革新”,围绕健康、养老、财富管理和传承四大客户价值主张,进行产品创新和生态圈建设。公司客户净推荐值(NPS)和客户易互动度(CES)连续八年市场领先。

2024年,对于市场普遍关心的“个人养老金”问题,友邦人寿延续先发优势,形成卓有成效、被行业广泛借鉴的新经验,积极助力养老第三支柱建设。2024年7月,友邦人寿推出公司首款税

优健康长护险产品,旨在充分结合政策利好,在人口老龄化程度不断加深的背景下,更好助力解决“一人失能,全家失衡”的问题。

2024年9月,全新发布的保险业“新国十条”中就明确提出了“推进产品转型升级,支持浮动收益型保险发展”。基于此,友邦保险也看到客户对分红险的需求正在增长,这类产品能更好地适应低利率环境,帮助客户在享有一定保证利益的同时,与公司共享经营成果,携手穿越利率周期、成长共赢。

据悉,友邦人寿将在“新五年计划”引领下,围绕客户驱动、渠道创新、区域拓展及科技、人才等全要素升级,全力把握中国保险业的长期发展机遇,为更多中国家庭守护“健康长久好生活”。

文/王嫣

交通银行年报出炉

青年报记者 孙琪

本报讯 近日,交通银行发布2024年年度业绩报告。年报显示报告期末,该行资产总额达到14.90万亿元,较上年末增长5.98%。报告期内,实现净利润(归属于母公司股东)935.86亿元,营业收入2598.26亿元,均实现同比正增长。一级资本排名在英国《银行家》杂志“全球银行1000强”中保持第九位,交出一份“稳中有进、稳中提质”的答卷。

报告期末,该行“债券通”“互

换通”交易量达1.80万亿元,银行间市场交易量达177万亿元,“医疗付费一件事”已在97个城市、1198家医院推广上线。贸易融资发生额同比增长31.76%。理财产品余额较上年末增长27.65%。

关于不良率等市场关心的话题,该行介绍报告期末,不良贷款率为1.31%,较上年末下降0.02个百分点;拨备覆盖率201.94%,较上年末上升6.73个百分点。报告期内,共处置不良贷款666.7亿元,其中实质性清收303.8亿元。

新嘉中心步入招商冲刺阶段

日前,PRISMA新嘉中心举办“未来光临”品牌寻光派对”邀请品牌好友搭乘直升机跨越浦江两岸,高空纵览抵达新嘉中心项目更全面的视角,切实体验新经济下新维度的生活图景。此举标志着新嘉中心正式步入招商冲刺阶段。据悉,项目整体包括办公部分计划于2026年上半年对外面世,届时将为消费者带来全新的商业体验,有望成为上海商业版图中的又一璀璨明珠。

新嘉中心地处浦东金桥城市副中心,也是“金色中环发展

带”重要节点,四横三纵快速路网直接辐射五角场、东外滩、陆家嘴等各大商圈,发挥强大联动效应,承接多元资源导入,辐射整个浦东和杨浦、虹口、宝山等部分区域,坐拥区域超200万高净值人群、14万年轻大学生、50万高端技术人才。

据悉,该项目目前已经进入招商冲刺阶段,2026年启幕时刻,43万方超级城市综合体的亮相,将打造以新质生产力为引擎的“上海全域生活旗舰”,国际前沿、城市首店、精品办公、生活方式等多元体验。

文/王嫣

中国平安公布2024年业绩

青年报记者 陈颖婕

本报讯 近日,中国平安保险(集团)股份有限公司公布截至2024年12月31日全年业绩。平安坚守为民初心、聚焦金融主业,坚定不移推进“综合金融+医疗养老”双轮并行、科技驱动战略,整体经营业绩保持稳健,核心业务回升向好,交出了一份稳中有进、战略深化、改革创新的高质量发展答卷。

2024年平安集团实现归属于母公司股东的营运利润1,218.62亿元,同比增长9.1%;归属于母公司股东的净利润1,266.07亿元,同比大幅增长47.8%;营业收入10,289.25亿元,同比增长12.6%。拟派发2024年末股息每股现金人民币1.62元,派发全年股息每股现金人民币2.55元,同比增

长5%,基于归母净利润计算的现金分红比例为37.9%,分红总额连续13年保持增长。

“综合金融+医疗养老”战略持续深化。公司构建“一个客户、多个账户、多种产品、一站式服务”的金融解决方案,聚焦核心技术研究和自主知识产权掌控,专利申请数累计达55,080项,位列全球金融科技、医疗健康专利前列,构建行业领先的五大实验室、九大数据库,搭建三层大模型体系,形成垂域行业壁垒,持续推动大模型与业务应用场景的深度融合。

科技赋能金融、医疗、养老生态,加速推进数字化转型。截至2024年12月31日,平安集团累计获得人工智能国内外竞赛冠军30项,专利申请数累计达55,080项,位居国际金融机构前列。在

数字金融领域,科技赋能金融业务效率优化、成本降低和风险防范。2024年,平安AI坐席服务量约18.4亿次,覆盖平安80%的客服总量;通过智能核保、智能理赔、智能续期,实现93%的寿险保单秒级核保,寿险保单闪赔占比达56%,寿险保单复效提升27%;提升风控水平,平安产险反欺诈智能化理赔拦截减损119.4亿元,同比增长10.4%;在医疗健康领域,助力服务提升,打造国内领先的医疗养老解决方案。平安健康构建多模态大模型,打造12个系列的业务模型群,AI赋能医疗全流程业务场景,“平安家医”服务效能提升约62%。自主研发AI辅助诊疗系统,目前已覆盖超过2,000种疾病的诊断知识,智能推荐准确率99%,辅助诊断准确率在95%以上。

创新营销策略 引领时尚品牌开辟“出圈”新模式

近日,备受瞩目的2025秋冬纽约时装周圆满落幕。本届纽约时装周以自由奔放和创新精神为核心,同时兼顾商业价值与实用性,众多品牌展现了对美式经典文化的坚守和创新。其间,众多品牌和设计师通过传统的T台走秀形式展示新品,模特身着华服在T台上展示服装的设计和风格。Norma Kamali采用了装置艺术(installation)的形式进行展示,为观众带来不一样的体

验。值得一提的是,本次时尚盛宴在数字化营销造势方面表现亮眼,为一线品牌提供成功突围的新机遇。

“在这个瞬息万变的时代,唯有持续创新,才能让品牌立于不败之地。”上海丛木贸易有限公司总经理牛欣慰坦言,“近年来,纽约时装周作为公司的固定合作项目,一直是我们工作的重中之重。在这个项目中,我们充分发挥自身专业优势,联动纽约

当地有名的KOL,邀请她们亲临纽约时装周现场观看时装秀,实现实时推广和传播。通过与这些KOL的合作,我们为品牌方带来了诸多益处。”

如今的数字化浪潮已经席卷时尚行业。早期工作经历中,她也曾策划了多个具有广泛影响力的活动,如I·T30周年即看即买活动、Birkenstock x Rick Owens新品发布等,成功打响品牌在中国市场的知名度。随后,

她带领丛木公司精准对接品牌与目标受众,不断提升市场份额,目前已与Jason Wu、Marc O' Polo等多个国际知名品牌建立长期战略合作关系。

2024年“双11”期间,她带领团队为Jason Wu提供品牌策划咨询,通过精选与品牌形象高度契合的KOL,结合明星直播、KOL种草等一系列营销手段,成功帮助Jason Wu品牌在竞争激烈的市场中破壁突围。她根据

市场文化差异和消费者行为定制创意内容,监控并调整策略以提升品牌曝光率和市场参与度。同时精心挑选与Jason Wu品牌定位相匹配的KOL,考虑其受众群体,以及互动性和购买转化率,通过分析历史数据确保推广效果。

如今,上海丛木数字营销品牌,通过一系列创新的品牌视觉打造,赋予品牌独特的活力与魅力,深受客户信赖。

文/宋志林