

永卓控股携手民族地区和同胞走向共同富裕

用心浇灌民族团结进步之花

□ 宗志鹏

前段时间,第一批江苏省民族团结进步示范区示范单位名单正式公布,永卓控股有限公司成功入围,以褒奖其在推进民族团结进步事业中作出的贡献。

从村办钢厂到现代化企业集团,始终将共同富裕作为自身使命所在的永卓,厚植公益慈善基因,坚持履行社会责任,依托产业、资金、人才等优势,携手民族地区和同胞走向共同富裕,持续推进当地脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接,用心浇灌民族团结进步之花。

跨越山海,精准扶贫巧致富

每天太阳落山后,在新疆阿克苏地区乌什县依麻木镇库干村,村道两旁的太阳能路灯按时发出光芒。“有了路灯,再也不用摸黑走路!”村民艾山·提力瓦力说。

为了照亮村民的回家路,今年上半年,永卓控股出资近百万元,在村庄主干道和村民日常出行的村道上安装300盏太阳能路灯,自此,库干也成为阿克苏地区第一个实现路灯全覆盖的村子。

助力民族地区建设基础设施,是永卓以结对帮扶为路径,促进民族团结进步的生动写照。聚焦民生,永卓主动作为,为民族贫困地区生产、生活给予有力支持;资助云南省宁洱县、镇沅县、江城哈尼族彝族自治县新建饮水管道与集镇供水水源点、修建卫生室、改造加固民房;为云南镇沅县民族中学添置350套课桌椅;实施乡村医生业务技能提升项目和农村电商项目培训;帮助新疆巩留县人民医院建造核酸检测PCR实验室,并捐赠了3辆负压救护车。

强化各族人民的交流交融,团结得更加紧密,除了要尽力解决当地百姓生活中的实际困难,还得夯实民族团结进步的基础,因地制宜助力发展当地特色产业,带动居民增产增收。

新疆的气候条件孕育了库干村的优质农产品,苹果、黑木耳、纸皮核桃等当地农特产品远近闻名,但由于交通不便,销路一直不畅。在多次实地走访调研后,永卓在当地投资成立永钢库干果品农民专业合作社,采取“龙头企业+合作社+贫困户”的市场化运作模式,以“供产销”一体化经营方式让优质风物“走出去”。2021年,永钢库干果品



(永卓控股供图)

农民专业合作社完成5万斤库尔勒香梨、15万斤阿克苏苹果和10万斤蜜瓜的销售,累计为库干村创收239万元,其村级可用财力较前一年翻了一番。

针对少数民族地区特色农产品品质高、质量好,但卖不出高价的问题,永卓还借助自身平台,采取“线上+线下”的帮销模式拓宽销售渠道。在永联天天生鲜市场,一片标注着“民族帮扶区”的货架格外显眼,来自贵州沿河、贵州铜仁、新疆若羌等百余种优质产品新鲜上架,吸引了不少居民前来采购。

就业帮扶,架起民生连心桥

恰逢饭点,永联村美食街上的石榴籽民族餐厅很是热闹,大盘鸡、烤包子、手抓饭……一道道特色新疆美食散发出诱人的香味,引得众人争相品尝。

这家生意红火的饭馆由库干村村民蔡国宾在永卓帮助下创办而来,凭借着正宗独特的新疆风味,开业不久便赢得了周边居民及游客的一致青睐和良好口碑。“永卓带着我们选门面,还免掉了租金,我们将用最优惠的价格、最地道的味道回馈永联村民、企业职工。”蔡国宾说。

就业是最大的民生,通过拓宽就业渠道,增强就业能力,带动劳动力转移就业,不仅有利于促进各族群众团结奋斗,巩固脱贫

攻坚成果,更成为加快各族群众跨区域流动,实现在空间、经济、社会等方面的全面融入,推进民族团结进步,让民族情感更加亲近融洽的重要办法。永卓控股借助自身发展优势,实施“石榴籽就业行动”,提供就业岗位、专业技能培训,广泛吸纳贵州、云南、青海、新疆等地民族同胞,实现企业发展与民族团结进步同频共振。

苗族小伙潘康信在高校校招中得知永钢集团招聘的消息后,学习冶金工程专业的他抱着“闯一闯”的心态来到永钢,这一待就是16年。

“来永钢不久后,企业就给我们发了5000元的大学补贴,并专门安排岗位师傅‘带’我们,派我们去行业龙头企业参加培训,提升自身技术和能力。”潘康信感激地说,永钢给予他众多关心重视,为他创造成长的平台和机会,这里就是他的第二故乡。

在永钢的帮助和自身的不懈努力下,潘康信成为永钢集团炼铁总厂工艺技术科工程师,并通过申请专利,拿到了张家港给予的30万元住房补贴,在永联成家落户。目前,永钢集团共有少数民族员工221人,包含汉、满、蒙、彝、藏、回等19个民族。

不仅如此,永卓还关注少数民族同胞生活中的点点滴滴,营造“家”的温暖。炖坨肉、牛肉拉面、腊排骨、酸汤鱼……中午十一点多,各地特色菜肴整齐摆放在永卓食堂的民族餐食窗口,供职工自行挑选。来自湖北

恩施的土家族员工向小夫是窗口的常客,“我们的口味都比较喜欢酸辣,能在这里吃到家乡的味道,感到很亲切、很幸福。”向小夫说。

文化交流,共绘友谊同心圆

一手握竿、一手举陀螺,将缠绕陀螺的长线用力一抽,陀螺瞬间飞速旋转,向着场中的陀螺飞去,发出“嘭”的一声……下班后,永卓控股职工、土家族的田晓云来到陀螺俱乐部,与队员们一同训练,备战不久后举行的陀螺比赛。

“打陀螺”本是云南、贵州等民族地区颇受大众喜爱的传统休闲体育活动,永卓发现部分员工休息时间进行该活动后,给予大力支持,成立陀螺俱乐部,建设专业场地、组建陀螺队,并引导各族职工参加,在“一同游戏”中增进文化交流。

普及传播民族特色文化,是永卓助力推进民族团结进步的一项重要探索。连续两年举办的“新疆巩固风情节”,将新疆风情的毡房、歌舞表演、特色美食、哈萨克族的婚嫁民俗送入永联小镇;各族孩子在“石榴籽夏令营”中结下深厚友谊;加紧筹备建设的民族文化俱乐部将成为各民族文化的“集聚地”。

文化交流,通过“引进来”,展现各民族地区的人文风采,也要“走出去”,助力民族地区的精神文明建设,让文化发展成果最大程度惠及各族人民。今年,由永卓为新疆库干村援建的爱国主义教育基地正式启用,集中展示了党的百年奋斗历程、库干村的历史沿革和变迁以及永卓与该村深厚的情谊。筹备期间,永卓职工与当地村民一同走访村里老党员、老干部,征集家中老物件,让村民积极参与到村史馆建设的过程中,鼓励他们记住历史、珍惜当下、开创未来。

“把企业建设成为展示民族团结进步事业的一个重要窗口。”永卓控股相关负责人表示,集团将坚持把铸牢中华民族共同体意识融入企业生产经营发展的每个环节,以巩固各民族手足相亲、守望相助的实践,为民族团结进步创建工作添砖加瓦,带动各族职工像石榴籽一样紧紧抱在一起,形成心往一处想、劲往一处使、拧成一股绳的奋进态势,共育民族团结进步种子,共享民族团结进步硕果。

“贝壳分”评价体系提升服务品质



房屋买卖标的额高、流程复杂、专业性强,如何快速找到靠谱的优质房产经纪人?贝壳找房率先推出且不断完善的“贝壳分”评价体系,用分数展现经纪人综合能力,帮助消费者直观地“看分识人”,精准对接优质服务者。

近期,贝壳苏州站举办的“让家更美好”主题巡展正在进行中,将持续至12月底。本次主题巡展以图文和视频相结合的形式,生动展现贝壳在思想引领、产品迭代、服务标准、职业素养、企业社会责任践行等方面的作为与变化,折射居住服务领域的变迁。其中,以结果为导向的“贝壳分”评价体系颇受关注。

该评价体系是基于经纪人的真实行为数据,通过大数据模型算法,从基础素质、服务质量、平台合作、平台参与、行业影响五个维度,对其进行综合评估并打分。购房者普遍关心的服务者从业时长、学历、成交量、客户评价、守信程度等数十个指标,共同构成了贝壳分的评分标准。根据评分,贝壳分设有极佳、优秀、良好、中等、一般五个层级,帮助消费者直观地判断。

值得一提的是,“贝壳分”是一种动态评分体系,根据经纪人在上个月的各项作业情况,于次月初更新分数,同时支持过往分数查看,方便消费者综合考虑经纪人服务情况,科学作出选择。

如何查看经纪人贝壳分?消费者通过贝壳App浏览二手房或新房小区及房源时,经纪人贝壳分会与其照片及姓名一同展示;除此之外,点击经纪人个人页面中的贝壳分标签,可以更加详细地了解其贝壳分的各项构成及排名情况。

近年来,伴随着房地产经纪行业转型升级,“拼服务”势在必行。在贝壳,培养优质服务者,帮助服务者对消费者好,是其一直坚持的道路。贝壳通过“以考促学”和“以赛促学”两种渠道,致力于提升经纪人的专业知识和实操技能。同时,贝壳还开设花桥学堂,聚力培养门店经营者的经营技能和职业化素养,多措并举促使服务者深耕精进,以满足消费者不断提升的服务需求。

“贝壳分代表着经纪人的服务能力,已逐渐成为市民挑选经纪人的衡量标准,也逐渐成为优秀经纪人的行动标尺。”贝壳江苏区域总经理黄月平表示,贝壳将不断投入资源,完善贝壳分评价体系,希望通过这个平台,构建信任、共享、合作、共赢的生态环境,让消费者更方便、更精准地找到优质服务者,同时也让“对用户好”的优质服务者脱颖而出,获得更多正向激励和正向回报,从而更好地服务消费者。 苏钰

构筑安全保障体系 抢跑房地产经纪赛道

链家主打“安全牌” 筑牢“硬支撑”

“安全感”成链家最大“加分项”。日前,艾瑞咨询公布了一组国内房地产经纪品牌的研究数据,根据其在全国7000余名消费者的调研数据显示,44.6%的用户在选择居住消费时,强烈认可链家的“安全感”品牌形象,这一感知度大幅超越行业品牌均值33.8%。

分析师指出,房产交易中的“安全感”之所以深受消费者关注,源于这一行业的独特属性。房产交易通常涉及个人及家庭的大额资金,且交易流程繁琐复杂、专业度要求高,消费者一旦处理不慎就有可能遭遇风险,遭受不必要的经济损失,从而使得消费者对提供交易服务的中介品牌“更安全、更靠谱”,能够更好地帮助他们规避风险。

多措并举,守护安全底线

今年6月,王女士在苏州买房时遇到了一个“意外”。王女士是东北人,通过人才引进来到了苏州工作,想买一套房在苏州安家落户。因为老家的房子是通过链家出售,彼时体验感不错,所以这次买房也第一时间选择了链家。经过两个月精心挑选,王女士买到了心仪的房子,却在交房后预装修时发现了衣柜后面的渗水现象,大半个墙体发霉。王女士赶紧联系了链家,经过勘查,房屋卫生间的防水存在问题。依据“房屋漏水 保固补偿”安心服务承诺条款,苏州链家支付了3000元补偿费。“虽然有点小波折,但链家主动赔付,说到做到,很靠谱。”王女士感慨地说。

房产交易环节众多,流程手续复杂,涉及买方、卖方和经纪人多方利益,厘清权责边界十分困难,需要企业使出“硬核”举措。安心服务承诺,是链家守护交易安全的重要举措。据介绍,在房地产经纪行业,链家是最早通过服务承诺,用白纸黑字的条款把消费者享受的权利明确下来的企业,一旦遇到交易风险,消费者就可以有理有据地按照条款要求赔付。

自2013年首次推出四大安心服务承诺以来,链家的安心服务承诺已全面覆盖二手房、租房、新房三大板块,服务承诺条款总计超过44项。截至2022年11月30日,苏州链家累计赔付785笔,累计支付安心保障金近1500万元,用“真金白银”赢得了消费者的信任。

“30124客诉响应体系”,则是链家推出的又一项“硬核”举措。2018年,链家要求客服部门接到客诉后30分钟内反馈、12小时内提供解决方案、24小时内进行结案。据链家提供的数据显示,目前,除了一些需要长时间调查的复杂案件之外,链家客诉24小时结案率已高达87%。

去年,链家进一步整合客诉体系,成立了SSC共享中心集中化系统,全国链家的赔付都通过这个系统来执行,全国一盘棋,流程更加透明高效。链家还通过“授权”,给予客服人员一定的赔付权限,许多案件在客服一线就可以直接发起赔付,最大程度提升执行效率。“目前,链家最快的一单赔付,从进

线到赔付完成,仅用了4分37秒。”链家服务品质中心总经理张春兰曾在采访中透露。

优化服务,提升安全系数

房产交易不是简单的“一手交钱一手交货”,而是一系列决策和复杂执行流程的叠加,加之房产交易缺乏服务标准,各品牌、各经纪人的服务“方差”,成为影响交易安全的重要因素。如果说,每一项“硬核”举措,都是为了让消费者获得“安全感”的硬支撑,那么,立足于服务者品质提升的“软实力”同样不可忽视。

链家相关负责人表示,服务者的品质是服务品质的基础,在安全层面同样发挥着关键作用。用更专业的人才提供更专业的保障,让服务作业流程更趋标准化,能够有效地降低交易风险的发生概率。

“顾问型经纪人”由链家率先提出,也是对旗下经纪人培养发展的方向。房屋交易属大宗消费,但大多数普通消费者往往处于信息劣势地位,且存在普遍的“知识盲区”,购买前决策、产权调查、产生纠纷时极易产生恐慌、焦虑心理,致使他们更倾向于寻求专业人士的帮助,而“顾问型经纪人”的目标即是培养“需具备较高的专业能力,在线上 and 线下场景中,都能提供优质服务的,帮助客户优化交易决策和体验”的新经纪时代的专业人才。

在“顾问型经纪人”的职业画像中,“风控专家”是重要的一项,它要求经纪人能够做到识别、预警和规避交易全流程中的潜在风险,尽力做好安全保障。也就是说,一名合格的“顾问型经纪人”,能够在交易之初,就为消费者规避潜在风险,从源头即将“安全感”拉满。

此外,链家还在内部服务规范上推出一系列实招,努力消除经纪人之间的服务“方差”,通过房产中介服务的标准化、规范化,提升整体服务水平,进而提高消费者的安全感。如针对消费者高频使用的带看服务,链家面向经纪人推出了带着“六必做”标准,在着重强调守时、仪表等基本礼仪要求外,增加了对房源信息的无差别分享、对房屋风险问题进行提前释放等细则,最大化规避交易前期的隐藏风险,改善服务体验的“软环境”。



“服务的人越专业,我会觉得越安全、越踏实。”在采访中,许多消费者都做出了相同的反馈。伴随着住房需求从“有”到“优”的消费升级,对从业人员的品质、专业能力也提出了更高的要求,市场呼吁服务标准与管理规范,亦需要高专业度人才支撑行业澎湃发展动能。

下足功夫,织密安全防线

“安全”是一个极为严肃的话题,对企业来说,选择了专注安全,就意味着没有捷径可走,必须不断打磨细节,不放过每个服务链条中可能存在的漏洞,将功夫做到极致。

事实上,链家对“安全感”的重视,贯穿企业生长脉络。自创立开始,链家就将保障消费者交易安全的工作放在非常重要的位置,从2004年率先提出“不吃差价”阳光作业模式,到2007年推出资金监管服务,2011年发起“真房源”行动,2013年推出安心服务承诺体系……链家通过迭代,努力解决“安全”这个最大的消费者需求痛点,并一步一步地积累经验、沉淀理念,构建成熟、系统的安全保障体系。 苏钰

