



NOVA Adult Day Care Center & Home Care 乐园日间护理中心

4-088

我们的宗旨：老有所依、老有所乐。让您享受家一般的温暖。

维州唯一
华人创办老年活动中心

- 健康管理：**专业医生定期会诊并提供理疗服务、专业护理人员每日基础健康检查
- 生活辅助：**专车上门接送、预约医生、陪同就诊、外出购物
- 营养膳食：**提供中餐西餐、品种丰富、营养均衡
- 康娱活动：**日常锻炼、设施齐全、定期开展丰富多彩的文娱活动
- 居家护理：**专业护理人员上门照顾日常起居、亲情陪伴
- 福利咨询：**Medicaid(白卡)和Medicare(红蓝卡)相关事宜
- 倾情服务：**专业护理，亲情式融入



诚邀您加入我们的团队：
RN注册护士, PCA护理人员



办公室：703-433-8888 传真号：703-433-1111

地址：44675 Cape Ct, Suite 130, Ashburn, VA 20147 Email: bartel@novaleyuan.com



真善美日间保健中心

4-068

12910 Cloverleaf Center Drive, Suite 100, Germantown, MD 20874 Web: www.jasminecenter.com



欢迎致电查询

邹秉雄
240-683-0033

吕思慧
240-386-7882

中心电话
240-232-2288

中心特色

- 精国、粤、台语的专业医护及护佐
- 专业社工协助申请各类社会福利
- 舒适安全的交通车到府接送
- 营养丰富的早、午餐及点心

中心宗旨

We are an equal opportunity employer

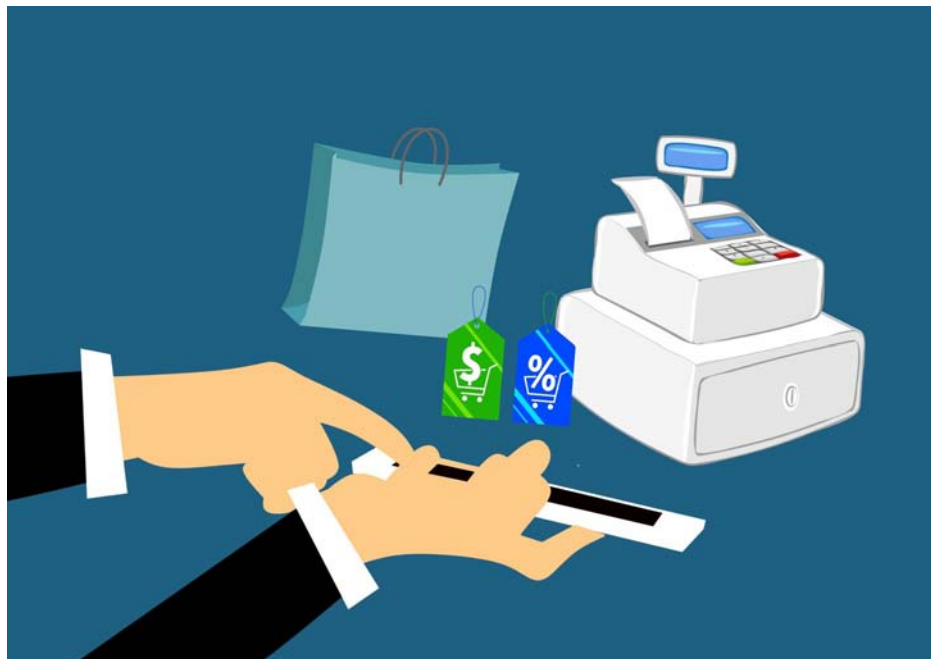
- ♥ 最真诚的贴心照料
- ♥ 最完善的保健设施
- ♥ 最美丽的场地环境

邹秉雄、吕思慧主理

华人最优秀的保健服务团队
至诚为您提供最专业的服务

真诚 善良 美丽
Truth Goodness Beauty

多家银行系电商平台宣布关停，如何破局？



刚刚过去的618大促，线上消费回暖迹象。而工商银行却于近日宣布将停止电商平台融e购相关服务，这让银行系电商稍显落寞。2022年以来，多家银行系电商平台更换了运营主体，或暂停了相关业务。自2012年启航已十年的银行系电商，未来路在何方？

招联金融首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希森接受中新经纬研究院专访时表示，随着商业银行数字化转型向纵深推进，电商平台的定位、作用可能会发生转变，银行综合考虑用户体验、运营成本后作出调整是正常的。

他认为，个别银行电商平台停止服务并不意味着银行未来不再探索这一业务，银行电商平台要有更为准确的定位。试水电商为银行发展场景金融做好了铺垫，积累了经验，这也是银行试错的过程和结果。

银行系电商展业十年面临分化

今年以来，包括工商银行宣布将停止电商平台融e购相关服务外，农业银行“中国农业银行扶贫商城”（兴农商城）在2022年1月1日后由农银金融科技有限责任公司运营；民生银行于4月15日发布“关于中国民生银行民生商城系统下线”的公告，该商城已经于5月31日正式关闭；建设银行“善融商务”平台运营主体自4月25日起变更为建信金融科技发展有限公司。

“因此，虽然关停或剥离电商业务一定程度上反映了其发展并未达到预期目标，但在不同发展阶段，银行业务方向、重点均有不同定位，采取的战略策略也不一样，银行对自身所涉及的电商业务进行调整是顺势而为。”董希森说。

十年来，银行系电商在To B端彰显了明显的资金、客户、综合服务等优势，但确实并未能在C端竞争过比他们更提前十年进入的“霸主”们，消费场景短板自始至终地伴随

其成长。董希森表示，银行系电商起源于互联网金融飞速发展阶段，当时互联网金融来势汹汹，倒逼银行急切地想抓住风口与互联网企业竞争，避免被市场边缘化；但当前已经进入金融科技规范发展阶段，银行重在利用金融科技加快数字转型，从而更好服务实体经济。

“且银行做电商平台真的不是为了直接赚钱，尤其是大型银行，完全没有希望电商平台能在利润上有直接贡献，而主要是为了获客、活客，增强客户黏性，更好地服务C、B、G端客户，同时积累一些非结构化数据，和原来结构化数据结合，用来洞察客户行为，进而改进自身产品和服务。”董希森说，因此，不能简单地比较银行系电商平台与淘宝、京东发展好坏和利润高低。

董希森表示，银行系电商平台更主要的作用是在银行内部产生协同作用，比如获取客户、服务客户如信用卡积分兑换等；更重要的是一一定程度上培养银行的互联网思维、激发组织和员工敏捷性等，其隐性价值更大。

电商平台不是银行数字化转型主要领域

“内外两方面原因导致银行系电商平台做得不尽如人意。”董希森分析，从外因看，电商行业尤其是B2C电子商务领域“大局已定”，淘宝、京东、美团等电商企业占据了主要流量入口，其他流量入口也被互联网公司“瓜分”；公众网购习惯也已被养成，后发者较难切入。

从内因看，银行自身缺乏互联网思维，在运营管理如产品丰富程度、促销活动力度等方面与互联网公司的电商平台相比差距较大。此外，银行受限于体制机制和组织文化，较难对电商用户需求作出快速反应，电商平台用户体验相对一般。

“多数银行除网络金融部有一个小团队之外，并没有专门大型电商团队来运营和维护电商平台，产品和服务难以迭代升级，缺乏必要的售后服务和投诉机制，这也是导致

其电商平台较难有好的表现的原因。”董希森说。

近年来，电商行业在发展中不断细化，农业电商、直播电商、社交电商等新业态不断涌现，市场格局更为多元化；但由于技术壁垒较低，电商服务业内容、交易模式、营销模式等同质化现象严重。

电商行业生态不断成熟，也使得银行与其以自身“短板”的C端电商业务与其相争，不如以信用卡、消费金融等“长板”业务与其合作分利。

银行系电商下一个十年——场景金融

董希森不建议银行发展独立电商平台，而更多是在电商平台中嵌入金融服务。在他看来，银行若要打造场景平台，须将手机银行App作为主阵地，为客户提供多元化、便捷化的服务，可以将电商等多种业务作为一个模块嵌入其中。

“不过，部分银行可以继续探索一些‘小而美’的电商平台。比如，一些银行打造本地生活生态圈，客户服务的角度把本地商户搬上来；再比如，也可以在履行社会责任方面，做扶贫助农的电商平台。”董希森解释：“可以做针对特定领域，更加垂直的电商。”

董希森认为，电商平台建设是银行探索场景金融的一种尝试，是有积极意义的。未来，银行场景金融服务的重点将加快从C端消费互联网向G端政务服务和B端产业赋能拓展转变，场景金融服务的逻辑将从“普惠+流量”变为“专业+个性”。

“银行发展场景金融，更深远的意义在于推动银行从‘资金中介’迈向‘服务中介’。”董希森建议，银行应从自身资源禀赋和业务战略出发，基于核心和重要用户群体需求，与外部机构深度合作，融入多种场景，相互赋能、协同创新，实现多方共赢，让银行服务触手可及、无处不在。在发展场景金融过程中，要有务实理性的战略规划，要有容错试错机制，更关键的还是要有灵活、敏捷的体制和组织文化。”