

# 2024—2025江门市企业家工商管理研修班正式启动招生 “江门北大班”来了



2024—2025  
江门市企业家工商管理研修班简介

2024—2025江门市企业家工商管理研修班学制一年,每月安排集中周末学习1次,每次两天,主要在江门上上课,相当于是在家门口读书,另到北京大学学习2次。在教学管理上,研修班采取集中授课、北京大学游学、学习沙龙、标杆企业考察、粤港澳大湾区游学等方式进行。学习期满,考核合格后,由江门日报社颁发“江门市企业家工商管理人才培育证书”及北京大学颁发“江门市企业家工商管理研修班结业证书”。该研修班将于9月开课,报名截止时间为8月20日,有意向的企业家可致电13702283232万小姐进行咨询和报名。

江门日报讯(文/图 记者/吕胜根 陈倩婷)培育新质生产力,发展先进制造业。7月25日,江门日报社携手北京大学经济学院举办2024—2025江门市企业家工商管理人才培育项目启动会。会上,2024—2025江门市企业家工商管理研修班正式启动招生。江门企业家在家门口就能读书进修,圆梦北大。

与资本上市等系统培训,帮助企业把握粤港澳大湾区历史发展机遇,赋能江门企业高质量发展。面对新时代的机遇和挑战,企业家们需要不断充实自己,提升综合素质,以更好地培育新质生产力,发展先进制造业。作为江门市委机关报和侨乡主流媒体,江门日报社主动履行社会责任,整合多方资源,携手北京大学开办研修班,希望为江门企业家搭建学习、交流和合作的平台,帮助企业提高管理水平、拓宽视野、丰富知识、提升能力,更好地把握市场动态,引领企业创新,提升企业的市场竞争力,进而为侨乡发展作出更大贡献。江门日报社社长张永源表示。

进行了分享。他结合多家企业辅导经验和标杆企业实战案例,针对当下企业营销的品牌实战,以清晰的逻辑思维、深入浅出的知识梳理、风趣幽默的授课方式,充分调动了与会企业家的学习积极性,让企业家学有所获,培训效果良好。凭借强大的师资阵容和丰富的实践经验,本期研修班吸引了众多企业管理者现场报名参加。“企业家在创业过程中,既要低头拉车,也要抬头看路,学习就是一个思考、提升的机会。读万卷书,行万里路,不如名师指路,走进课堂。‘江门北大班’在家门口上课,对江门企业家来说,十分便利,还能走进北大校园,感受北大文化;学习内容很实用,师资力量强大,希望更多企业家能一起就读。”江门市工商联副主席、江门市民营企业家协会会长万晓晓如是表示。

## 江门首笔普惠养老专项再贷款落地 “金融春风”助力 养老产业高质量发展

江门日报讯(记者/陈倩婷)近日,在人民银行江门市分行、江门市民政局的共同指导下,中国银行江门分行成功向江门某老年人纸尿裤专业生产企业发放纯信用养老专项再贷款500万元,标志着江门首笔普惠养老专项再贷款正式落地,有效强化普惠养老机构融资支持,促进江门养老产业发展。

2024年4月,人民银行会同民政部等四部委延续实施普惠养老专项再贷款期限至2024年末,试点范围扩大至全国,并将支持范围扩大至公益型、普惠型养老机构运营、居家社区养老体系建设、纳入目录的老年产品制造。在人民银行广东省分行的指导下,人民银行江门市分行迅速落实养老金融工作部署,通过加强与江门市民政局的沟通协作联动,加强银企对接力度等多项措施,加快推动普惠养老专项再贷款落地生效,促进银发经济发展壮大。

江门某老年人纸尿裤专业生产企业被纳入工信部发布的《2023年老年用品产品推广目录》企业名单,符合普惠养老专项再贷款的支持范围。近期,企业积极响应国家促进银发经济发展的号召,扩大老年人纸尿裤生产规模,目前在建生产车间一幢,未来几年加建2—3幢新生产车间。同时,经济环境持续恢复,企业生产订单也在不断增加。

“今年我们已经将大部分闲置资金预算倾注在厂房建设和生产线扩建,因此,分配在购买原材料、提高产量的资金就显得捉襟见肘,迫切需要更多资金支持。”江门某老年人纸尿裤专业生产企业有关负责人表示。

在人民银行江门市分行的指导下,中国银行江门分行积极走访对接企业的融资需求,充分运用普惠养老专项再贷款政策低成本资金,为企业量身定制“惠制造”授信方案,于7月初以纯信用的形式向该企业发放贷款500万元,利率较一般同类型市场主体优惠,让企业切实获得金融实惠。

“非常感谢中行这笔贷款的支持!获得这笔贷款后,我们可以在继续加快厂房和生产线建设的同时,立刻购买材料进一步提高产量,在未来几年生产出更多适用于老年人的高质量纸尿裤了。”这位企业负责人激动地说。

政策东风吹向普惠养老领域,助力养老产业高质量发展。人民银行江门市分行相关负责人表示,下一步,该行将继续加强与江门市民政局等部门的协调沟通,加大政策宣传,引导更多普惠养老专项再贷款资金落地江门,同时积极推动银行机构创新养老金融产品,丰富养老金融供给,提高养老产业普惠性,推动养老产业高质量发展。

## 广发信用卡高度重视防范工作 全力保护持卡人 资金安全

近日,2024年度“全民反诈在行动”集中宣传月活动启动。作为高度重视用户体验的金融机构,广发信用卡一直致力于保护持卡人的资金安全和信息安全。为了进一步提高公众的防范意识,广发信用卡特此呼吁全社会共同关注和防范电信网络诈骗,确保自身财产安全。

本次宣传月活动,由中央宣传部、公安部联合启动,主题为“警惕诈骗新手法,不做电诈工具人”,以进一步加强反诈宣传力度,增强群众的防范意识和识别能力,营造全民反诈、全社会反诈氛围。在全社会的共同努力下,电信网络诈骗打击工作取得了明显成效。截至今年5月,全国共破获电信网络诈骗案件54.3万起,抓获一大批违法犯罪嫌疑人,全国电信网络诈骗发案数和损失金额均下降30%,电信网络诈骗犯罪上升势头得到有效遏制。

作为肩负社会责任的金融机构,广发信用卡高度重视防范工作,采取了一系列有效措施,全力保护持卡人的资金安全。首先,广发信用卡不断加强风控体系建设,利用大数据和人工智能技术,建立了全面的风险监控系统,通过应用非金融信息、优化流程设计、差异化处置手段以及升级迭代风控平台的交易安全策略,全方位打造交易安全防火墙,坚决守护公众资金安全。此外,广发信用卡还不断加强持卡人的安全教育,通过官方网站、微信公众号、短信等多种渠道,定期发布防诈骗知识和提醒。特别是在重大节假日、购物季等诈骗高发期,广发信用卡加大宣传力度,提醒持卡人提高警惕,防范电信诈骗。据了解,2023年广发信用卡共拦截电信诈骗金额超6000万元。

随着科技的发展,诈骗手段也在不断升级。传统的诈骗方式如虚假中奖、冒充公检法等,依然屡见不鲜。新的诈骗手段如微信/支付宝“百万保障”诈骗、刷单返利诈骗、“杀猪盘”、网络贷款诈骗、网络兼职诈骗等也层出不穷。这些诈骗手段具有很强的迷惑性和隐蔽性,给公众的防范工作带来挑战。广发信用卡将与社会各界保持紧密合作,通过信息共享和协同作战,全力参与打击电信诈骗行动。同时,广发信用卡呼吁广大消费者提高防范意识,增强自我保护能力,重点做到:不轻信来历不明的电话和短信,不随意点击不明链接,谨慎对待网络借贷,如遇可疑情况及时报警并联系银行。

(博雅睿)



中国人寿集团成员单位

## 江门新茶饮市场进入消费旺季,应季水果、养生茶饮受追捧 有茶饮店销量暴增300%

夏日暑气日渐炽烈,新茶饮市场也迎来了一年中最繁忙的黄金销售节点。近日,记者走访市场了解到,为抢抓消费旺季,我市众多新茶饮品牌纷纷“上新”,并推出团购优惠活动,多家门店出现爆单、排队现象。应季水果茶饮最受消费者欢迎,此外,以陈皮、乌梅等“药食同源”为主角的养生茶饮也逐渐崭露头角,圈粉年轻人,成为行业一大新趋势。

文/江门日报记者 陈倩婷  
图/陈倩婷 蔡昭璐

### 茶饮店订单激增

炎炎夏日,一杯冰镇饮品无疑是清凉一夏的首选。7月24日下午,记者来到位于江门汇悦·大融城的烧柠·柠檬茶分店时,店员们正忙碌着处理订单。记者在现场可以看到,几乎每个订单内都有一杯柠檬茶饮。“柠檬茶是我们品牌的主打产品,口感清新解渴,解腻又解渴,在夏季很受消费者的欢迎。”该店店员蔡钰向记者介绍,每年店里的消费旺季从6月份开始,特别是放暑假之后,生意更加红火,销售额较平日暴增300%。

随后,记者来到江门汇悦·大融城附近的Double Cup(院士路店),看到店内生意同样火爆,室内室外的座位基本满座,其中有不少是学生。“天气炎热,消费者对于清凉解渴的饮品需求不断增加,加上放暑假了,很多学生都出来消费。”该店店长陈锦康介绍,在5月至9月的茶饮消费旺季,该店销售额较平日增长了30%左右,日均出杯量约为300杯,周末能达到每天400多杯。

“夏日天气热,隔三五就想喝一杯茶饮,解解渴。”正在茶饮店等候取餐的消费者陈欣怡告诉记者,她平均每周会喝3—5杯茶饮,是茶饮店的常客。为了节省时间,她通常会选择提前在线点单。“进入夏季,许多茶饮店生意火爆,从下单到取餐至少要等待10分钟,在一些热门的茶饮门店,等待时间甚至可能超过1小时。所以,提前点单是个不错的选择。”陈欣怡建议。



盛夏时节,新茶饮市场迎来了一年中最繁忙的黄金销售节点。

如何在竞争激烈、消费多元的市场环境中分一杯羹?记者了解到,今年新茶饮品牌愈发重视产品创新,围绕应季水果、陈皮养生等概念推出新品,以迎合消费者的口味和健康需求。

整体来看,今年夏季茶饮品牌推出的新品中,水果元素仍占据主流且易出爆款,每一个新茶饮品牌基本都有自家关于果茶的“拳头产品”。譬如喜茶今年“上新”了酷黑2.0(黑凤梨)、喜庆好荔(荔枝)等产品;烧柠·柠檬茶则“上新”岩梅冰茶系列和盐渍茶系列;Double Cup推出了霸王海盐黄皮、海盐黄皮鲜果茶,以及半斤一桶瓜、夏日西瓜椰椰。值得注意的是,和往年相比,茶饮品牌商

### “健康”“养生”渐成发展趋势

家更加强调健康:热量及成分表透明化、降低糖度、基底乳升级……对消费者闻之色变的“热量”“含糖量”“反式脂肪酸”等标签逐一“开刀”。

自5月17日起,喜茶宣布全线水果茶产品“真0卡糖”免费;随后,喜茶联合薄荷健康合作推出使用低GI糖原料制作的“+慢糖·多肉葡萄”,全方位展开控糖行动;霸王茶姬此前已上线热量计算器,并率先试行“营养选择标识”和“低GI标识”。

此外,以陈皮、乌梅等“药食同源”为主角的养生茶饮也日渐崭露头角,圈粉年轻人。记者走访了解到,目前布维记、Peter·Chan陈皮新茶饮等品牌均推出了陈皮系列茶饮产品,将

### 众多品牌纷纷降价

“纯绿茶妍后”用券后只需4元/杯;7月,古茗推出活动,宣布其原叶鲜奶茶进入9.9元时代,对旗下7款鲜奶茶产品开展一个月的促销活动;以便宜大杯“出圈”的烧柠·柠檬茶,推出16元双杯大柠茶套餐,单杯价格只需8元。

事实上,新茶饮降价早就不是什么新鲜事了。近年来,随着我国新茶饮行业规模不断扩大,各大品牌扩张脚步加快,整个赛道已经“卷”出天际,价格战进入白热化。据红餐大数据统计,从2020年到2023年,新茶饮品牌10元以下消费占比从7.1%上升至29.6%,20元以上占比则从32.7%下降至3.6%。曾饱受争议的“奶茶30元时代”似乎已成过去。

“药食同源”的理念融入茶饮中。

近日,记者在一些茶饮店蹲点观察到,购买饮品的年轻人大多偏向选择低糖或无糖茶饮。“因为戒不掉喝茶的习惯,所以我会选择一些健康的饮品,口味更清爽,在甜度上也会选择不另外加糖,或少加糖。”消费者王女士表示。

有业内人士认为,随着越来越多的消费者趋向于健康的饮食习惯和生活方式,健康化将成为新茶饮行业未来发展的趋势。消费者更加关注原材料的健康程度与真实性,品牌的新产品开发思路也要围绕“健康”“养生”等关键词展开,着力打好“健康牌”,告别低价竞争,才能打破行业内卷,找到新的增长引擎。