



## 年度优秀品牌管理奖

### 中国邮政储蓄银行福建省分行

**获奖理由:**近年来,邮储银行福建省分行不断唱响“绿色让生活更美好”的品牌口号,并依托总行推出“U享未来”个人养老金融服务品牌、“U益创”科创金融品牌等一系列特色品牌,聚焦老年客户、科创企业等不同群体的金融服务需求,将品牌优势转化为服务优势,充分展现了积极履行国有大行责任担当、践行绿色发展、全力服务乡村振兴、助力城乡居民实现美好生活的品牌形象,实现了社会价值和自身价值的提升,让八闽大地增添了一抹亮眼的“邮储绿”。

## 年度金融品牌口碑奖

### 福建省农村信用社联合社

**获奖理由:**2023年福建农信以品牌焕新升级凝聚高质量发展精神动力。重新定义企业价值理念体系,确立了“深耕八闽 厚植三农”使命、“百年农信 百姓银行”愿景、“有为农信 实干兴社”企业精神和“福山福海福见农信”品牌口号;打造以福建农信为组织品牌的强背书品牌矩阵;全面升级VIS系统和SIS系统,推动全省近千个物理网点改造升级,联合出品《上新吧 福味》乡村振兴题材纪录片,首次亮相新品牌标识,全网传播量破1.65亿,获得社会各界广泛认可。

### 中国太平洋财产保险股份有限公司 福建分公司

**获奖理由:**中国太平洋财产保险股份有限公司福建分公司始终以“诚信天下、稳健一生、追求卓越、创新共赢”为核心价值观,开拓进取,锐意创新,积极为客户提供风险保障服务。

在突发事件面前,为全力保障客户生命财产安全,快速反应、统筹调度,积极开展救灾及理赔服务工作,在风雨中见证“责任、智慧、温度”太保服务含金量,被群众称之为风雨中的“太保蓝”,赢得了公认的好口碑。

### 中国太平洋人寿保险股份有限公司 福建分公司

**获奖理由:**中国太平洋人寿保险股份有限公司福建分公司始终以行稳致远、金融助力高质量发展为目标,坚守价值、坚定长期、坚信长航,紧紧围绕客户需求,全力打造责任、智慧、温度的“太保服务”品牌,并以“财富”、“健康”、“养老”为支点,构建“产品+服务”的金三角体系。同时,公司还始终怀揣着扎根八闽、建设八闽、服务八闽的初心,持续以服务人民为中心,推动新福建的高质量发展。



## 年度社会责任贡献奖

### 中国人民财产保险股份有限公司 福建省分公司

**获奖理由:**奋斗成就梦想,实干铸就伟业。2023年是“十四五”规划落地的关键一年,也是我国踏上全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的重要一年。这一年,人保财险福建省分公司坚守“人民保险 服务人民”的初心和使命,始终将自身发展融入经济、环境、社会发展大局,高质量发展转型取得积极成效,朝着建设世界一流财险公司目标迈出坚实步伐。

### 中国人寿保险股份有限公司福建分公司

**获奖理由:**一张张保单,一份份理赔,承载的是中国人寿保险股份有限公司福建分公司对保险事业的真诚与专业知识的不断精进。一直以来,国寿始终秉持着“诚信、创新、人本、价值”的经营理念,利用互联网新技术对传统服务模式进行全链条、全方位的重塑,为客户提供更加简捷、品质、温暖的服务。

### 中国平安财产保险股份有限公司 福建分公司

**获奖理由:**平安产险福建分公司始终坚守“保险为民”初心,坚持专业修行,与民同向,坚定践行服务乡村振兴、服务实体经济、服务社会和客户的初心使命,不断寻求商业价值和社会价值双重提升,并持续构建惠民保险产品体系,满足多样化保障需求,为地方政府健全多层次社会保障体系贡献力量。同时,公司持续深化“乡风文明100行动”,聚合集团科技、医疗、平台等丰富资源,为乡村振兴建设提供力量。此外,在暴雨大灾中,切实简化理赔流程,为受灾民众提供有温度又有速度的保险服务,帮助重建灾区生产生活秩序。

# 中茶海堤:3.0时代开启,老茶飘“新韵”

海都记者 吕春荣 通讯员 吴佳慧

俗话说:“老茶宜沏,嫩茶宜泡。”用近70年,中茶厦门公司一片匠心,沉淀一杯好茶。如今,这杯“老茶”正沏出“新味”。

12月3日,中茶厦门建企70周年营销启动大会暨2024元春新品发布会在福建厦门举办。会上,中茶厦门公司发布全新的品牌营销3.0战略与系列元春新品,在抢滩2024新春市场的同时,也释放出这家老字号的新动向。

## 新局面 —— 战略发布,促产品升级、业绩增长

1954年,中茶厦门公司前身——中国茶业公司福建分公司厦门办事处在中山路122号挂牌成立。当年适值国家对茶叶的供应原则迎来“扩大外销,有计划边销,适当安排内销”大调整。

69年潜心制茶,中茶厦门公司从曾经水仙路28号的小小茶叶店发展为如

今风靡世界的乌龙茶强势品牌。

中国茶叶股份有限公司党委委员、副总经理吴飞表示,中茶和祖国一起同频共振、高速发展,为保障和改善民生做出了突出贡献。作为中茶乌龙茶专业品牌,中茶海堤已成为厦门的一张烫金名片。“海堤精神”传递的便是几十

年如一日匠心品质、物超所值的品牌价值和守正创新的发展精神。

“作为一家中华老字号茶企,中茶厦门公司始终坚定践行传承与创新并举,以责任和担当为老品牌的高质量发展不断开创新局面。”中粮集团(福建)区域协同平台主任、中茶厦门公司总经理赵大

川表示,过去几年,中茶厦门公司成功推动了中茶海堤品牌战略、产品战略、渠道战略在新时代的落地生根,有效促进了技术升级、产品升级、品牌升级、渠道升级、管理升级,实现经营业绩稳步增长,为消费者提供了更具品质的产品和更有活力的茶生活。

## 新阶段 —— 3.0时代开启,老字号“年轻化”

2024,中茶厦门公司将正式迎来建企70周年。

在这关键节点,中茶厦门公司将全面推进全品牌营销3.0战略,强化品牌建设、完善产品体系、优化消费场景,以匠心坚守促进品质提升,以技术创新推进产业迭代,

以崭新场景传播中国茶文化,打造年轻化、高品质的老字号民族品牌,推动中国茶产业发展迈上新台阶。

何谓“3.0战略”?中茶海堤的1.0时代,凭借一系列经典好茶,在大众心中留下深刻的印象;2.0时代,

可以理解为商标时代,产品、渠道、技术三驾马车驱动满足消费者不同消费场景需求;如今的3.0时代,意味着真正的品牌时代的到来,把健康的生活方式与高品质的价值理念,通过产品与品牌传递给市场和消费者。

如何实施?中茶厦门公司希望把茶文化、茶产业、茶科技“三茶”统筹融合在一起,走高质量发展路径,为消费者创造产品背后真正的价值,传递健康的生活方式和价值观,满足人民群众日益增长的美好生活需求。



元春新品发布仪式(主办方供图)

## 新风尚 —— 延续传奇,新品抢滩元春茶礼市场

创新,是品牌的灵魂。一路走来,中茶厦门公司不断推陈出新,塑造了一款又一款岩茶爆品,从“金中茶”系列、“国饮中茶”系列、“一坛好茶”系列,到“茶客茶”系列、“海堤传奇”系列、“红印”系列等。

本次活动中,中茶厦门公司正式发布了“山河玉叶铁观音”“精品小种红茶”“敦煌国风武夷肉桂”“武夷名丛不知春S”“一坛好茶大红袍(甲辰)”“腾龙献瑞岩茶生肖饼”等18款独具匠心的元春新品。

其中,围绕即将到来的建企70周年这一特殊节点,还特别推出“黄罐老枞

水仙(70周年纪念版)”“红罐大红袍(70周年纪念版)”“三印水仙(70周年纪念版)”“星光璀璨(70周年纪念版)”多款限定新品。同时,甲辰龙年将至,相应推出“腾龙献瑞”系列产品,包含“腾龙献瑞岩茶生肖饼”“腾龙献瑞-大红袍”“腾龙献瑞-普洱熟茶”“腾龙献瑞-滇红金针”多款焕新元春生肖系列的产品。

作为中华老字号茶企,中茶厦门公司始终未曾停下品牌传承与创新的脚步,此次发布的系列新品,无疑将再度带起元春茶礼市场流行新风尚。