

# 马上消费首次发布《企业社会责任(ESG)报告》: 向绿而生 向善而行

梅文

近日,由马上消费党委指导,马上消费社会价值研究院编写的首个《企业社会责任(ESG)报告》(以下简称“《报告》”)正式发布,该报告围绕绿色金融、乡村振兴、普惠金融、服务实体、消保建设等多方面,全面展现了马上消费六年以来,聚焦可持续发展、践行企业社会责任的探索与成果。

作为一家持牌的消费金融机构,马上消费将可持续发展理念融入到经营发展之中,在实现高质量发展的同时主动履行持牌金融机构责任。此次发布《报告》,不仅代表马上消费在肩负企业责任,而且服务社会也开启了全新篇章。

## 探索绿色发展 助力实现碳达峰碳中和目标

企业如何通过自我创新与进化,推动业务结构调整与优化,助力实现“双碳”目标,实现创新跃进发展,考验着企业实力与担当。

自创业伊始,马上消费便恪守绿色低碳发展模式,坚持经济效益和环境效益的双赢,在人力架构、资源分配、高效办公、金融服务等环节努力做到节能减排。通过数字化技术与业务的融合应用赋能低碳绿色发展,将低碳发展理念贯



彻每个业务环节。据《报告》显示,截至2021年6月末,马上消费已为超1.4亿用户提供全线上无纸化服务,累计减少碳排放53.30万吨。

马上消费以科技力量完善绿色金融服务和管理体系,形成一条“金融+科技+碳中和”的创新发展路径。

## 保持热忱初心 积极服务社会公益

企业既是社会主义市场经济的主体,也是社会建设的重要力量,公益慈善即是现代企业承担社会责任的重要一课。

江苏盐城遭遇龙卷风,马上消费作为志愿者奔赴灾区参加抢险救灾;

四川九寨沟遭遇地震,企业第

一时间免除灾区全部客户利息,组织救援物资投身抗震救灾;

宜宾地震救援中,企业累计为用户减免息费50余万元;

疫情发生之后,马上消费实施八大举措,打出疫情防控“组合拳”。特别是利用技术优势,启动“云呼叫中心”,在保证“零接触”要求下保障业务不停、服务不停,并向合作伙伴及有需要的企业免费开放相关应用。

今年7月当河南遭受特大水灾,马上消费全体成员参与爱心救助,累计捐赠528万元。马上消费用实际行动诠释了“爱不会因距离而缺席”。

此外,马上消费还积极响应国家乡村振兴战略,制定“普、惠、质”协同发展的未来战略服务乡村振兴工程,并且结合服务乡村的实践

经验,推出了《乡村振兴路线图2.0》,践行“5+1”行动方案,发挥自身普惠金融、科技创新等优势,探索出一条可持续性金融扶农新路径。

## 蓄力数字化 赋能生态融合践行普惠金融

立基数字技术,加强生态融合。马上消费坚持“场景+科技+开放”的综合性数字化平台战略,在数字科技的赋能下,马上消费得以不断扩大普惠服务范围,提升普惠金融服务力。《报告》显示,截至2021年6月末,马上消费业务已覆盖全国31个省(自治区、直辖市),累计连接消费场景200+,合作商户超过100万家,注册用户近1.4亿。

作为普惠金融的实践者和创新者,马上消费不断探索金融服务模式和场景,延伸金融服务的触角。

金融普惠性的实现需要以数字技术筑基,马上消费打造了集差异化定位、线上化获客、智能化风控等于一体的普惠金融发展模式,推出了“一朵云”和“三个中台”——金融云和AI中台、业务中台、大数据中台,不断降低运营成本、风险成本,让利用户,助力普惠群体实现更好的生活。

据《报告》统计,截至10月末已

累计服务县域用户和农村用户分别达到3052万人、2494万人,已帮助650多万信用白户建立信用记录,真正地让数字普惠扎进了田间地头,为人民美好生活的实现提供了强有力的金融支撑。

## 坚持党建引领 持续创造多元价值

马上消费坚持以党建引领带动团队建设、文化建设,积极开展党史学习、传承百年红色精神,为企业高质量发展筑造坚强保障。

马上消费坚持“诚信、团队、创新、效率”的价值理念,坚持“以用户为中心”的服务理念,践行“科技让生活更轻松”的使命。

在人才理念上,马上消费始终将人才战略放在首位,力求打造多元化人才高地,汇聚国际化人才队伍,实现企业与人才的共同成长。

马上消费董事长赵国庆表示:“只有富有爱心的财富才是真正有意义的财富,只有积极承担社会责任的企业才是最有竞争力和生命力的企业。”用“责任担当”践行“初心使命”,早已成为烙印在马上消费骨髓里的基因序列。未来,马上消费将继续聚焦可持续发展,积极响应国家战略号召,不断拓展企业社会责任的广度和深度,更好地与时代同呼吸与国家共命运。

# 各店迈入高速发展新征程 持续创新扩大社交商务生态版图

赵佳红

12月3日,在上海市科学技术委员会网站上公示的2021年度上海市第五批拟认定高新技术企业名单中,各店品牌运营公司上海可零网络科技有限公司名列其中。这是各店持续注重技术创新和研发投入收获的“成果”,也为各店高速发展添上了精彩的一笔。

2021年对各店来说是颇为不平凡的一年,也是成果丰硕的一年。各店的生态版图已经绘制,不仅提供APP管理和小程序销售工具,更转型升级为提供货源、工具、场景、教育等线上线下联动的社交商务平台;先后成立为企业提供发展社交商务全流程服务的“各联”,和打通全国优质农产品供应链的“各利”控股子子公司,这两个板块现已成为各店发展的重要引擎。值得一提的是,目前各店社交商务平台已吸引52万多家店主入驻,以及1000多位不同领域的合作伙伴,共创共建生态。

各店CEO李煜表示,各店持续创新突破,借助人工智能、5G、大数据等智能交互技术赋能社交商务发展,通过搭建社交电商平台,进一步促进实体经济与数字经济深度融合,为新社交电商赋予了新内涵,注入了新动能、拓展了新

空间。“从2019年提出社交商务概念至今,我们一直创新实践,生态体系不断优化完善,逐步实现从社交商务开拓者向引领者的跃迁蜕变。消费即社交,销售即社交,分享即社交,社交商务市场大有可为。各店将一如既往,继续在社交商务领域深耕发展。”

## 助农增收 以社交商务赋能乡村振兴

发展县域经济,推动农村一、二、三产业融合发展,丰富乡村经济业态,拓展农民增收空间,是“十四五”规划中全面推进乡村振兴部分的重要内容。各店在赋能乡村振兴方面已具有多年经验和显著成果,以社交商务方式,打通从源头到终端的所有渠道,激活海量私域流量,助推各市级和县级建立地方品牌,将当地优质产品和地方特产推向全国,乃至全球。

浙江湖州长兴县农特产品品牌长兴鲜与各店的合作不仅解决了农产品滞销问题,而且带动当地经济发展,以产业助力农民增收。长兴鲜在各店的联络人杨杨表示,去年由于新冠肺炎疫情影响,在杨梅大批上市之初还一直担心滞销问题,跟各店合作之后通过线上新的模式推广,拓宽了分销渠道,

解决了产品销路问题,也增加了当地农民收入。目前长兴鲜在各店社交商务平台上的旗舰店营收已将近2000万元。

她指出,浙江一带做农副产品区域公共品牌的有很多,但通过有效商业化运营产生效益的不多。下一步,长兴鲜将与各店·各联更紧密合作,赋能乡村经济发展。

李煜表示,各店秉承的使命是让小生意更好做,希望帮助更多人增加收入来源。此外各店也为地方标志性产品搭建专销渠道和平台,包括携手乐山当地企业打造“乐山一品”平台,集“研学旅游”和“乡村建设”为一体,助推乐山优质产品、地方特产更加快捷顺畅地走向全国。

## 助力企业转型 持续创新扩大生态版图

在数字浪潮冲击下,流量就是企业的生命线,但公域流量往往花费巨大,获客成本过高,深耕私域流量的社交电商正在成为企业数字化转型的一剂“良方”。

李煜指出,社交电商的破局之道,关键在于联合,让人脉与流量、资源实现共享。各店·各联平台的上线,为中小企业定制了社交电商



新模式的整体解决方案,涵盖了模式设计、营销方案设计、推广、招商、培训等全流程服务,帮助企业做强、做大、做稳。

进食汇就是通过各店·各联平台实现数字化转型成功的企业之一,其创始人余晓军开心地说:“因为各店·各联专业化的团队、强大的平台系统和资源支持,让我们这个传统葡萄酒进口商、没有互联网基因的企业也实现了数字化转型,而且通过各联平台顺利获得了种子轮融资,各店社交商务平台上的店铺开张首月有600多个销量订单,实现营业额30多万元。”她进一步表示,后面不仅要把进食汇品牌做得更好,而且将努力用自己的分享和行动,让更多想要转型的企业通过各店·各联平台赋能,将事业做得更大。

据各店CEO李煜介绍,下一步各店·各联将在全国打造多个线下实体“各联空间”,空间将集办公、接待、会议、展览、直播等功能为一体,成为全国各地商家的“招商会客厅”。

未来,各店社交商务系统将全面升级,利用技术创新开启互联3.0元宇宙时代,打造属于各店自己的元宇宙——各元宇宙,各店将在12月12日举行的年终大会上首次对外发布各元宇宙发展规划,助力企业布局元宇宙时代的社交商务,围绕资源和生态两端发力,培育成熟的社交商务团队,联合各方资源不断增加客户数量,提升品牌渗透力,实现企业可持续发展。蓄势谋远,共创未来,各店将携手更多生态合作伙伴开启社交商务元宇宙新时代。