

烟台滨海观光大道雏形展现

四条路段亮点纷呈,夹河桥7月底前具备通车条件



关注烟台重点项目

本报记者 曲彦霖 钟建军 范华栋
通讯员 王肇贊 衣丽

烟台拥有长达900多公里的海岸线。此前,滨海北路、滨海中路、滨海东路将芝罘区、莱山区、高新区、牟平区海滨连在一起,随着滨海东路景观绿化的建设、滨海西路的开通以及滨海路开发区段、蓬莱段的修建,一条贯穿烟台的滨海观光大道已现雏形。



滨海东路:

两千多米“樱花大道”将成标志性景观

记者从牟平区综合行政执法局获悉,总投资约3547.63万元,绿化面积约12.75万平方米的滨海东路景观绿化的工程将于今年六月底完工。滨海东路景观绿化的施工范围为东关路至沁水河大桥段道路北侧,长约2200米,绿化带宽50米;东关路以西道路南侧绿化带补植,长约500米,绿化带宽约35米。工程总面积约12.75万平方米。

28日上午,记者来到滨海东路施工现场,发现挖掘机正在进行地形整理工作。据工地现场技术总工程师绪宽介绍,滨海东路景观绿化的工程自2017年

滨海西路:

将打造为自然森林海岸和都市休闲基地

日前,记者从全市住房城乡建设工作会议中获悉,2018年全市城建重点项目建设计划滨海西路6月底前完成配套工程,夹河桥7月底前具备通车条件。

滨海西路及夹河桥工程西起开发区海滨路东端,向东架设夹河桥,止于污水处理厂东侧滨海观光大道。全线总长约6.9295公里。其中滨海西路部分道路长5329.5米,行车道宽15米,为城市次干路,设计速度取40km/h,红线宽度22.5

米-25米。滨海西路部分道路2016年12月1日起正式通车。夹河桥及两端连接路部分长度1600米,其中夹河桥长约1398.4m,共11联,34跨,设计时速40km/h,主桥宽度29.8m,引桥宽度25m。

滨海西路及夹河桥工程将养马岛与莱州三山岛这条约200公里的滨海观光海岸线相连接。滨海西路幸福岸线综合整治修复工程意将滨海西路打造为自然森林海岸和都市休闲基地。



滨海路蓬莱段:

有助于蓬莱打造滨海旅游观光带
加快融入中心城区

滨海路蓬莱段建设工程,始于东赵家村南的G228丹东线,经东赵家、刘家旺村、营子里村、赵格庄村、湾子口村,接哈尔滨路,沿哈尔滨路向西南,止于S209蓬黄线路口。自去年7月启动,路线全长15.172公里(新建11.55公里,改建2.02公里,完全利用蓬栖高速连接线1.23公里,进港路支线0.372公里),双向四车道一级公路标准建设,设计速度80km/h,工程预算投资11.85亿,预计10月1日完工通车。

滨海路工程是构建烟台市大交通格局的重要一环,蓬莱段对于蓬莱打造滨海旅游观光带,加快融入烟台中心城区,增强区域互联互通具有重要深远意义。

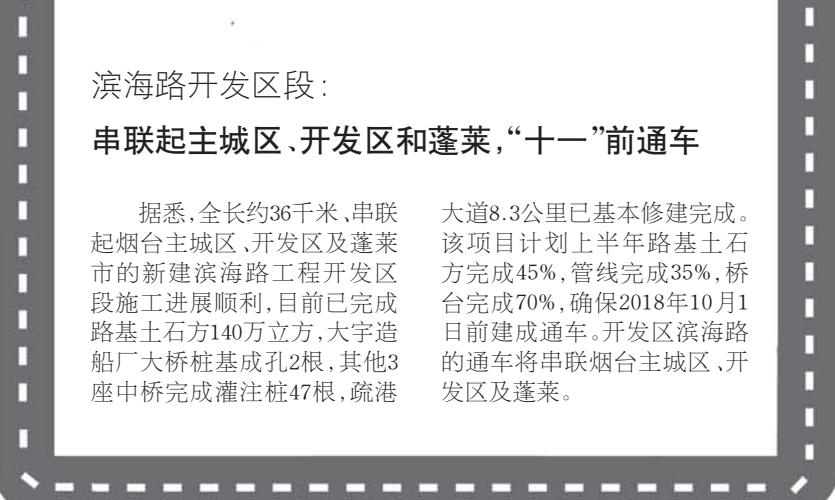


滨海路开发区段:

串联起主城区、开发区和蓬莱,“十一”前通车

据悉,全长约36千米、串联起烟台主城区、开发区及蓬莱市的新建滨海路工程开发区段施工进展顺利,目前已完成路基土石方140万立方,大宇造船厂大桥桩基成孔2根,其他3座中桥完成灌注桩47根,疏港

大道8.3公里已基本修建完成。该项目计划上半年路基土石方完成45%,管线完成35%,桥台完成70%,确保2018年10月1日前建成通车。开发区滨海路的通车将串联烟台主城区、开发区及蓬莱。



中国平安获“BrandZ 2018最具价值中国品牌100强”第八蝉联保险第一品牌

3月26日,全球最大的传播服务集团WPP及全球领先调研机构华通明略,共同发布了第八届“BrandZ 2018最具价值中国品牌100强”年度排名,中国平安位列排行榜第八,金融业第二,蝉联中国保险业第一品牌,品牌价值由2017年的164.63亿美元升至2018年的223.63亿美元,大幅跃升36%,位居金融业增速第一名。

凭借对客户价值的深入挖掘和丰富多样的产品服务,中国平安还获选“最具差异中国品牌”,其以个人客户为中心,围绕“金融服务、医疗服务、汽车服务、房产服务、智慧城市”五大生态圈的经营理念符合当今大众一站式、定制化的消费需求,真正兑现了“平安在你身边”的承诺。

2017年,中国平安确立了“金融+科技”双驱动战略,一方面,通过产品、服务和科技创新,提升效率、降低成本、改善体验、强化风险,服务品质亦得到提升;另一方面,通过丰富的场景开发,打造科技的成熟应用,公司集成核心科技能力向社会输出服务,服务的范围不断扩大。

去年以来,平安以五大核心技术(人工智能、大数据、区块链、云、安全)为基础,旗下多家公司推出多项科技创新服务,从客户、用户的健康、出行、理财三大生活场景出发,用“技术创新”和“服务速度”,为用户提供智能化服务和极致化体验。例如平安产险全球业内首推“510城市极速现场查勘”及“一键包办”服务,全国地市级以上

城市的平安客户,车险92.9%现场案件实现10分钟内极速处理。此外,平安人寿推出的“AI客服”服务,可智能识别客户及需求,在线办理理赔申请、保单信息确认和受益人变更等保险服务,有效解决传统寿险业务上认证慢、理赔慢等痛点。2017年,中国平安的NPS(客户净推荐值)较2014年推出时提升了28个百分点,达到36%。

得益于服务品质的提升和创新科技的应用,中国平安多年来保持着快速、健康的发展。在最新披露的2017年全年业绩报告中,中国平安整体业绩实现持续、强劲增长,集团净利润达999.78亿元,同比增长38.2%;实现归属于母公司股东净利润890.88亿元;同时,平安的市值和品牌居全球保险集团第一

位,体现出市场对公司战略和业务价值的广泛认可。

除此之外,近年来,中国平安还积极坚持响应中央精准扶贫号召,积极回馈社会。在公司成立30周年之际,平安启动了总扶贫投入为100亿元的“三村工程”扶贫战略,面向“村官、村医、村教”三个方向,实施产业扶贫、健康扶贫、教育扶贫,助力中国新时代美好生活的实现和美丽乡村的建设。

中国平安表示,在成立30周年之际,中国平安将围绕“三十,更懂你”,以“懂感恩、助未来”为核心主题展开多项回馈社会和客户的活动,并积极推进“三村工程”扶贫建设,为乡村振兴贡献力量。在智能科技时代,平安将在“金融+科技”“金融+生态”的战略指引下,持

续加强金融科技、医疗科技等方面创新,积极参与智慧城市建设,更好履行社会责任,助力国民生活更美好。

“BrandZ最具价值中国品牌100强”自2008年起发布,由世界高端品牌传播服务集团WPP旗下权威调研公司华通明略对品牌进行估值,是目前最权威和最全面的中国品牌排行榜。该项调查不仅采用了彭博社和Kantar Worldpanel的财务数据,同时结合了通过访谈收集而来的40多万名中国消费者的观点。本年度“BrandZ最具价值中国品牌100强”榜单中,除中国平安外,进入前十的企业还有腾讯、阿里巴巴、中国移动、中国工商银行、百度、华为、茅台、中国建设银行、中国农业银行。