

恒丰银行南京分行

党建引领践初心 擎旗奋进新征程

“持恒心”赋能红色堡垒
锻造高质量发展“生力军”

党的二十大擘画了中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的宏伟蓝图，学习宣传贯彻党的二十大精神是当前和今后一个时期全党全国的首要政治任务。

“这场宣讲让我们对党的二十大精神理解得更透彻，坚定了大家对未来的信心。”“将时刻对照奋斗榜样，将榜样的‘一束光’拓展为‘一片亮’，切实扛起努力奋斗的责任担当与时代使命，凝聚起全行上下团结奋进、开拓创新的磅礴力量。”……在扬州分行党支部“榜样课堂”上，基层新闻官将党的二十大精神与日常工作相结合，分别从报告中的奋斗、恒丰文化中的奋斗、身边人的奋斗以及如何去奋斗等多个方面，将“大理论”与“小故事”相结合，讲述如何在平凡岗位上践行党的二十大精神中的团结奋斗精神，不断开创事业发展新天地。线上线下，同频共振，思想共识与奋进力量激荡交融。

自党的二十大胜利召开以来，分行持续开展集中学习、专题研讨、党校培训、基层宣讲等多种学习宣贯活动，在公众号、海报栏等宣传阵地设立“深度学习”“细思”“践悟”学习专栏，第一时间为分行党员干部配发辅导手册、宣讲读本，全方位、多层次地开展党的二十大精神学习宣贯，实现“理论武装与指导实践相结合、关键少数与绝大多数相结合、集中培训与自主学习相结合、线上培训与线下交流相结合、规定动作与自选动作相结合”的“五个相结合”，搭建横到边、纵到底，全覆盖、无盲区的学习宣传贯彻网络，在入脑入心、见行见效上持续发力。

聚精会神抓党建，深度融合促发展。恒丰银行南京分行党委始终坚持把党旗插在前沿阵地，紧紧围绕总行“融合发展年”工作要求，着眼思想融合、组织融合、队伍融合和业务融合，创新“党建+”形式，深化“红心莲”党建品牌和“恒廉 清丰”清廉品牌建设，丰富党建载体、增强组织活力、激发内生动力，为建设一流数字化敏捷银行加装

坚持党的领导、加强党的建设，是国有企业的“根”和“魂”。作为恒丰银行在山东省外设立的首家一级分行，恒丰银行南京分行坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，按照总行党委“做强本土”要求，紧密聚焦服务国家战略、服务地方经济、服务民生发展等一系列重大命题，充分发挥基层党组织战斗堡垒作用、党员先锋模范作用，点燃“红色引擎”，释放“红色动能”，以高质量党建引领业务高质量发展。

历经16年的辛勤耕耘，这抹靓丽的“恒丰蓝”，已在江苏这片广袤的热土上喜结硕果。以党建引领，以金融活水助力实体经济，以科技创新赋能转型发展，管理机制更加完善，发展共识更加凝聚，综合排名连续多年保持系统内一级分行领先水平，接连荣获“江苏省文明单位”“江苏金融五一劳动奖状”“南京市金融助推创新型城市建设有功单位”等多项表彰，分行党团荣获“全国金融系统抗击新冠肺炎疫情青年志愿服务先进集体”“江苏省青年志愿服务行动组织奖”，分行团委荣获“全国五四红旗团委”“江苏省五四红旗团委”等荣誉称号。

“红色引擎”。分行党委始终全面落实新时代党的建设总要求，班子成员率先垂范，靠前指挥，开展调研指导及时纾解工作堵点，为分行推动各项工作提供坚强政治保障。实施基层党组织强基提质行动，增强组织力和战斗力，引导广大党员同志把党建工作重点放在履职尽责、忠诚担当、提升业务水平等方面，不断提振党员干部干事创业精气神。推动基层党组织“走出去”，南京分行第一党支部与联东园区企业结对共建，开展“倾听企业声音”普惠金融沙龙。

新街口支行、无锡分行分别与总行党群工作部、私人银行部开展党建活动，连云港分行携手江苏新海石化有限公司开展银企共建，切实彰显了党建引领作用，推动前中后台部门“横向衔接”、上下级党支部“纵向深化”、外部客户“外向拓展”、内部党支部“结对帮扶”、分支机构“区域共建”，为业务开展

装上了“助推器”。组建“突击队”，在硬仗攻坚第一线挺身而出，冲锋在前，涌现出一批勇于担当、真抓实干的先进典型，不断将党建引领的政治优势转化为业务发展的优势。

“办恒业”争当红色先锋
集聚服务实体经济“动力源”

在江苏南通国际家纺产业园区28.75余万平方米的屋顶上，一排排深蓝色的光伏板折射着耀眼的光芒，“拼”出了绿色乡村建设、产城融合发展的新图景。恒丰银行南京分行为江苏南通国际家纺产业园区分布式光伏规模化建设投放2.1亿元项目贷款，支持园区绿色升级改造。项目完成后，年发电总量约19000万千瓦时，可替代标煤6.65万吨，二氧化碳减排17.29万吨，社会效益和环境效益显著。

建设长三角生态绿色一体化发展示范区是实施长三角一体化发展战略的先手棋和突破口，绿色金融是实现产业与生态共赢、服务国家实现碳达峰、碳中和目标的重要手段。为海门地区绿色出行一体化项目投放1.5亿元中长期贷款，支持当地加快构建“1公里”公共充电设施服务网络；投放3500万元流动资金贷款助力盐城大纵湖启动水环境综合治理，串起种养结合“生态链”；以“生态修复保护+完善基础设施+构建绿色新产业”模式，落地系统内首单EOD矿山修复项目，让宜兴烟山地区千疮百孔的宕口矿山重焕生机……这是南京分行坚持“绿水青山就是金山银山”理念、深耕绿色金融行业赛道的一帧帧生动剪影。

近年来，南京分行充分利用总行政策和区域发展机遇，聚焦碳达峰、碳中和目标，为绿色交通、清洁能源、节能改

造、污水处理、重点流域水污染防治等国家重点工程以及绿色环保产业和项目提供一揽子综合金融服务，荣获“南京市金融助推创新型城市建设绿色金融示范团队”，辖内南京分行营业部、扬州高邮支行2家机构被总行评为“绿色金融示范支行”。截至今年11月末，分行绿色金融贷款较年初增长31.4亿元，增幅达125%。

实体经济是金融的根基，金融是实体经济的血脉。恒丰银行南京分行始终服务国家战略需要，积极贯彻落实稳住经济大盘的各项决策部署，聚焦重点领域和薄弱环节，用金融活水润泽实体经济“保通、稳链、纾困”。随着江苏南京地铁S6号线(宁句城际)轨道交通列车投入运营，南京、镇江两地居民开启了轨道上的双城生活，南京分行通过总分行协同联动、工作专班主动介入等途径，综合运用“投行+商行”“融资+融智”模式，打通政策、额度、审批、发放“绿色通道”，累计为江苏某地铁公司提供资金支持超50亿元，助力“轨道上的长三角”跑出“加速度”。江苏新海石化有限公司抓住连云港加快建设世界一流石化产业基地的机遇，启动150万吨/年丙烷综合利用项目建设，这一江苏省重大投资项目是企业石化产业链和价值链延伸的关键环节。在总行政策支持下，辖属连云港分行第一时间申报授信，快速开展现场调查，协调贷款额度，主动降低贷款利率，仅用时一周，3亿元中期流动资金贷款发放到位，同时为企业节省了近300万元的成本支出，助力一体化高端石化产业集群加速集聚。

如今，受疫情影响的民营企业加快复苏，智能制造、新医药、集成电路、汽车零部件等先进制造业集聚成群，科技赋能、专属方案持续护航外贸企业融入“双循环”格局……在高质量发展的大潮中，恒丰银行南京分行的“战斗堡垒”和“红色先锋”始终在一线、闯在一线，共同勾勒“强富美高”新江苏建设的幸福画卷。

“共恒丰”汇聚红色星火
画好金融为民“同心圆”

一名党员就是一面旗帜。近年

来，恒丰银行南京分行党员先锋队、志愿者的身影活跃在乡村振兴、志愿服务、疫情防控、文明创建各个阵地上，贡献澎湃力量。在疫情严峻时刻，9支青年突击队、200余名青年主动担重吃苦，长期驻扎疫情防控和复工复产战场，不惧狂风暴雨甚至超40度的极端高温天气，毅然坚守志愿岗位，奔赴受灾企业。多名干部员工暂时放下对家人的照顾，连续近1个月驻行留守，保障金融服务顺畅，坚决筑牢疫情防控屏障。

多年来，恒丰银行南京分行深入践行初心使命，扎实开展“我为群众办实事”实践活动，推动社会责任与银行自身业务发展深度融合，用心讲述“恒丰故事”，不断传递“恒丰温度”，以爱心回报社会。打造“恒有爱”志愿者服务队，承办了江苏金融系统“喜迎二十大 永远跟党走 奋进新征程”优秀事迹分享会，创作江苏金融首支青年原创歌曲——《YOUNG 望新时代》，树立良好的社会形象。发起设立“小荷包”公益品牌，从为200多位留守儿童满足一次小小心愿，到五年持续通过公益项目提供定制“小荷包”爱心文具，再到为乡村留守儿童和贫困家庭学生提供情感、教育等方面呵护，“小荷包”计划将暖心小事变为公益事业，用先锋力量凝聚社会力量，覆盖江苏句容、青海玉树、四川大凉山等10地，募集爱心善款近30万元，捐建“恒有爱”爱心图书馆、开设“心阳光”公益课堂、搭建“梦想改造+”希望小屋，以多种方式对祖国的花朵撑起爱的“保护伞”。该项目入选“江苏省优秀志愿服务项目”“南京市优秀职工志愿服务品牌”，并顺利通过国家知识产权局版权认证，将恒丰“向上、向善、向美”文化的传承和发展落在生动实践中。

党建引领铸根基，担当实干启新程。恒丰银行南京分行将认真贯彻落实党的二十大精神，充分发挥基层党组织战斗堡垒作用，引导党员争当标杆示范，真正把国有企业党的建设这一独特优势转化为发展优势、竞争优势、工作优势，在推动高质量发展的新征程上彰显更大担当、展现更大作为。

李梦清

盱眙：多措并举推动干部监督工作提质增效

近年来，盱眙县坚定不移贯彻新时代全面从严治党各项要求，注重抓早抓小、突出日常经常，多措并举、多管齐下、多点突破，不断加大干部日常监督管理力度，推动全面从严治党向纵深发展，积极营造风清气正的良好政治生态。

政治监督把首位，切实加强思想政治引领。探索开展干部政治素质考察“五维评价”，聚焦政治忠诚、政治定力、政治担当、政治能力、政治自律5个维度，提取15个可辨别、易操作、易比较的关键性描述特征作为指标体系，对干部政治素质的“厚度”和“纯度”进行识别。组织部结合平时掌握的干部政治表现情况，对评价结果和相关事例进行分析研判。工作开

展以来，已组织发放测评表2500余份，对140余名干部进行政治素质“五维评价”，切实将干部政治考察制度落在实处。

专项监督促规范，推动监督更加精准高效。通过常态化开展干部违规因私出国(境)、经商办企业等事项专项梳理排查，织密干部监督“安全网”，分类建立干部选任问题负面清单，及时掌握干部依法依纪履职和廉洁从政情况，为干部选拔任用提供重要参考。实施经济责任告知告诫制度，增强新任主要负责人依法履行经济责任意识，规范领导干部履职行为，促进领导干部依法用权、秉公用权、廉洁用权。认真落实经济责任履行情况审计制度，合理制定审计计划，强化对领导干

部经济责任履职情况的监督把关。

选任监督树导向，严防选人用人不正之风。始终将监督贯穿干部选拔任用全过程，围绕动议研判、民主推荐、考察、讨论决定、任职等方面，坚决做到程序不错、环节不漏、标准不降，充分发挥干部监督“探照灯”作用，构建多渠道监督体系，坚决防止“带病提拔”问题发生，不断提高干部选拔任用工作科学化水平。结合县委巡察，规范化开展选人用人专项检查工作，聚焦关键环节，动真碰硬查找问题，逐步形成问题查找、反馈意见、专项整改、跟踪问效的工作闭环，持续整治选人用人不正之风，营造良好的选人用人环境。

日常监督筑防线，确保干部监督常态长效。重点围绕巡视巡察过程中发现的问题、高质量跨越发展考核结果、信访举报等问题线索，进行常态化、制度化的提醒、函询和诫勉，推动“红脸出汗”“咬耳扯袖”成为常态，进一步集中监督合力、聚焦监督对象、彰显监督威力。不断完善联席会议制度，打破纪检监察、公检法、信访等部门之间信息壁垒，整合干部监督资源，构建信息共享、会审研判机制，凝聚干部监督工作合力。建立干部定期联系和谈心谈话制度，对领导干部在班子建设、工作落实等方面存在的苗头性、倾向性问题，及时指出纠正。 朱晓娟 江增宁 朱锐

常州经开区发布年轻干部廉政教育品牌

近日，常州经开区年轻干部廉政教育品牌“东方廉线·新‘清’年”正式发布，教育引导全区年轻干部扣好廉洁从政的“第一粒扣子”。

常州经开区把强化监督管理作为加强年轻干部培养工作的题中之义、关键之举，以廉洁文化总品牌“东方廉线”为引领，针对年轻干部特点和成长规律，开展“东方廉线·新‘清’年”廉政教育系列活动，重点把握入职前、职位变动后、提拔任用前等成长发展的“黄金期”，推出融合法治教育、沉浸式警示教育、家风教育、廉洁文化熏陶等多方面内容的“廉政套餐”，同时，将年轻干部的生活圈、社交圈纳入日常监督范围，全面提升年轻干部政德修养。

常州经开区党委书记顾伟国表示，年轻干部成长进步，既靠自身努力，也靠组织培养；既靠自律，也靠他律。“不仅要告诉年轻干部‘底线’在哪里，更要教会他们‘高线’怎么树，从正反两方面引导年轻干部对党忠诚老实，坚定理想信念，牢记初心使命，正确对待权力，扣好廉洁从政路上的‘每一粒扣子’。”常州经开区将深化“东方廉线·新‘清’年”品牌，坚持选育管用一体谋划、同步实施、协同推进，突出政治性、注重针对性、体现激励性，为年轻干部搭建成长平台，寓教于乐，护航年轻干部清廉从政、健康成长。 包增益

淮阴区纪委监委开展廉政家访筑牢清廉防线

今年以来，淮安市纪委监委持续加强党风廉政建设，推进廉洁文化向家庭延伸，通过暖心的家访活动，把关心爱护和强化监督管理结合起来，达到警示、震慑、治未病的效果。

为做深做实廉政家访，淮安市淮阴区纪委监委突出“精准”二字，结合被家访干部所在部门特点、家庭情况、工作表现、个人基础信息报告等情况进行综合研判，分析其可能存在的廉政风险点，精准“画像”，因人而异制定家访方案。对家访中发现的苗头性、倾向性问题，及时提醒纠正。同时，做深做实廉政家访，让组织“大家庭”对接上干部“小家庭”，一方面在拉家常中了解纪检监察干部的

家庭情况、思想状况、生活圈、朋友圈，摸清纪检监察干部生活情况，摸清干部家教家风；另一方面加强对纪检监察干部家属的教育引导，让家属认识到纪检监察干部廉洁从政的重要性，鼓励家属当好“廉内助”，常敲警钟、常吹“廉风”，共同筑牢拒腐防变的家庭防线。

“廉政家访把监督触角从单位大院拓展到家庭后院，从工作圈延伸到生活圈、社交圈。我们通过做深做实廉政家访，使组织监督和家庭监督同向发力，营造廉洁文明和谐家风，”不断提高纪检监察干部拒腐防变能力。”淮安市纪委监委纪检监察干部监督室负责人表示。 高健 朱司卉

句容下蜀：精心绘制四色图 铸牢农村思想文化之魂

近年来，句容市下蜀镇立足空青村、亭子村资源禀赋，大力实施乡村振兴战略，坚持将四色图绘到底，深耕农村文旅资源，培育乡村文化生态，不断提升农村精神文明建设水平。

优化红色资源，绘制实景课堂“血脉图案”。依托党员教育基地“党章苑”，创新互动模式，通过阅读、解惑、学思等6个程序，让群众在实景中感悟党的历史变迁，深化对党史的学习领悟。今年各村、支部开展流动党员假期冬训实景课堂、年轻干部学党史、“让党旗在新征程高高飘扬”等爱国主题活动15场，与时俱进宣讲党的二十大精神。通过“百姓名嘴”特色资源，将党的

理论政策编排了“接地气”的快板形式进行宣讲，加深党员的理解和记忆。

托起金色梦想，绘制家庭教育“幸福图画”。在下蜀村和范巷村开展“三全”社区家庭教育试点，依托农户式家庭小书屋、妇女微家、强国书屋，打造家庭教育阵地。注重发挥道德模范引领作用，评选文明家庭、最美家庭共47户。围绕新时代文明实践开展“我们的节日”“强国复兴有我”“七彩的夏日”等系列主题活动50余场，在手工制作、红色书籍阅读、故事演讲中传承中华美德。

坚持绿色发展，绘制乡村文旅“绿色图景”。大力发展村镇文旅资源，突出重点打造特色旅游文化。整合健峰

园合作社、范巷自然村、空青山等一系列旅游资源，通过精品旅游线路有机串联乡村资源，打造乡村周末游、假期游的连片发展区。在茶叶上市时期，大力宣传下蜀茶产业特色，在登山古道中感受茶文化魅力。围绕亲子科普实践这个主题，健峰园打造蜜蜂科普馆，在欣赏农村自然风光的同时，学习蜜蜂和蜂蜜科普知识。范巷自然村今年依托周边玉米基地、水稻种植基地等村企联建项目，开展浸润式的田间课堂学习，让大家在亲身实践中传承劳动传统。打造农村普法阵地，将晦涩难懂的法律知识转换成通俗易懂的语言，制作成小品景观沿途布置，让法治思想深入基层社会

治理。

深挖黑白元素，绘制乡村记忆“文化图谱”。结合空青村村史馆，将具有乡村文化特色的符号和元素提炼出来，在各村进行乡村记忆征集，挖掘收集一批乡村老物件、老照片、童年玩具以及征集一批优秀的“下蜀记忆”文章，让老百姓在“乡愁”中感悟乡村进步，在“记忆”中传承乡土文化。党员志愿者带头做乡风文明的践行者，开展党建引领乡风文明主题党日，将破旧、单调的农村房屋墙体进行重新粉刷，着力打造一墙一文化、一墙一创意、一墙一风景的美丽乡村新景象，不断提升人民的幸福感和获得感。 杨婕

“洋河文创”渐成全民化品牌IP

近日，在涨乐财富通直播“洋河之夜”过程中，洋河股份瞄准Z世代味蕾，紧贴年轻人需求，准备了限量新品“蓝海寻宝”海之蓝文创盲盒雪糕在直播间限量放送，受到了平台用户的抢购。

紧随其后，洋河股份又创新打造出一款航天IP元素的中秋贺礼——“梦之蓝·逐梦苍穹中秋礼盒”，产品还未发售，已频繁登陆各类热搜榜。

“让文物‘活起来’
也让文物‘火起来’”

“一切伟大，皆由双手创造！”在今年6月份洋河股份开展的“传世手工·荣耀匠心——梦之蓝手工班(大师)致敬

非遗”活动中，现场非遗匠人纷纷打call，“酒杯中的活文物，老酒中的艺术品”，这是非遗大师们对梦之蓝手工班(大师)的共同评价。

既要让文物“活起来”，也要让文物“火起来”。回望洋河的发展史，它从历史中走来，经过与现代的交融、沉淀和洗礼，在新世纪焕发出勃勃生机。洋河的底气源于600年明清古窖池群，以其深厚的历史底蕴与文物价值，跻身“国家重点文物保护单位”之列。

这些年，从线下的“洋河绵柔之旅”酿酒工艺观摩活动，到线上社交媒体宣传、跨界打造冰激凌及月饼等，洋河文创产品不断破圈，在积累千年的传统文

化和新时代碰撞中，被具象化的摆件、盲盒等受到年轻人喜爱的同时，迸发出前所未有的生命力。

与此同时，洋河股份通过线上线下联动、与其他品牌联名助力、创新产品形态等方式，进行IP的长线系统塑造，逐渐形成了全民化品牌IP。今年，梦之蓝(M9)更是成为国家速滑馆官方指定用酒，联合打造的一款名为“梦舞冰丝带”定制限量盲盒在线上随机发售，一方面创新玩法给予年轻人更多的惊喜与新鲜感，另一方面也满足更多收藏爱好者需求。

而洋河股份的另一高端品牌“头排·苏酒”与舞蹈诗剧《只此青绿》的合作堪称一绝：二者通过线上与线下协同，跨界

美食、艺术、集品、鉴、赏、玩于一体，这一以消费者体验为核心的IP，通过“青绿CP”的营销，一步步释放品牌声量与势能，实现了品牌价值升级和高阶化认知。

既要文创产品“出圈”
也要文创产品“长红”

时代发展到今天，国货已然成为人们瞩目的焦点。无论是穿着、饮食还是日常用品，都带着浓浓的中国特色印记，历久弥新的国货，也在年轻群体中掀起了一股浪潮。

今年2月份，作为影片《长津湖之水门桥》白酒行业独家合作伙伴，洋河股份不仅掀起全员观影热潮，满怀激情向

“最可爱的人”致敬，还庄重推出洋河大曲《长津湖之水门桥》联名定制酒，并将产品销售收入全部捐赠给“中国退役军人就业创业服务促进会”。

众所周知，一件被广大消费者买到断货的文创产品，必然不可能徒有其表，其背后依托的是深厚的文化积淀。洋河文创雪糕在造型设计上也是浓浓的“洋河风味”：“蓝海寻宝”整体造型呈水滴状，突出、新蓝海之蓝海瓶造型，将洋河酒厂厂区大门、天下第一坛等代表性建筑融入雪糕中，寓意新蓝海之蓝“滴滴经过三年陈”，“遇见珍宝”雪糕整体造型采用苏派轩窗造型，双沟圣坊酒瓶中，“双沟醉猿”造型展现悠久的酿

酒历史，湿地特色荷花、鲤鱼等元素作为装饰，寓意双沟天然的酿酒环境。

文创产品首先要有历史性、背景性、故事性，这些内容融入产品之中，与消费者沟通互动才能产生共鸣。“梦之蓝M6+”曾以“百万航天合伙人”计划为基站，用数字化技术打通线上、线下两个营销场景，传递品牌理念；而“梦之蓝·逐梦苍穹中秋礼盒”盒型则是采用书页式，一份礼盒连接的是飞天梦、家国情，感受到中国航天事业的进步。

“穿越历史的洋河正以全民化、年轻化、科技化的崭新姿态走进大众视野，成为面向未来的潮流。”行业权威媒体评价道。 若尘