

担当尽责显决心 精准扶贫暖人心

——中国银行内蒙古乌兰察布市分行驻村扶贫工作纪实

本报记者●杨乐 通讯员●郭池

中国银行内蒙古乌兰察布市分行秉承“百年中行责任担当”的经营理念,克服人员短缺的困难,于2018年选派9名同志成立驻村工作队,入驻乌兰察布市察哈尔右翼前旗玫瑰营镇十二股行政村,1名同志承担驻村第一书记职责。十二股村属国家级深度贫困村,驻村工作开展以来,工作队自觉接受村“两委”成员和群众的监督,向村民解读党的扶贫政策和措施,引导他们树立正确的脱贫观,消除“等、靠、要”思想,变“输血式”扶贫为“造血式”脱贫,取得了良好成效,被察哈尔右翼前旗政府评为2018年度脱贫攻坚“定点帮扶”突出贡献单位。

完善运行机制 提高依法办事能力

工作队认真履行自身职责,严格落实“三会一课”党组织生活制度,指导村党组织抓好自身建设,分别对村党支部成员进行了改选,对村委会成员进行了调整,进一步规范了村“两委”班子的工作程序。全面推广运用民主管理“532”工作法,推进村务公开、党务公开、财务公开,健全完善管理制度和运行机制,推动完善了村党组织领导下充满活力的村民自治机制,帮助村干部提高了依法办事能力。

入户走访村民 维护弱势群体权益

工作队坚持长期性、经常性入户走访,与村组织成员积极开展为民服务、民事村办等“一对一”的帮扶工作。重点关心贫困户、五保户、残疾人、农村空巢老人和留守儿童,积极维护农村妇女儿童和孤寡老人的合法权益,为五保户讲解国家政策,确保孤寡老人安享晚年。在广大村民办理农村合作医疗保险时,积极宣传相关政策,并将每户情况如实登记,针对符合医药费报销条件的村

民,积极为他们指点报销的途径,使他们切实体会到国家的好政策。

调整产业结构 谋划未来长远发展

工作队积极配合地方政府,开展节约土地、产业发展、加强村集体经济建设等工作。根据计划目标,精心筹划,利用村里可用土地,建成400亩“黑果花楸”经济林;响应“万企帮万村”精准扶贫行动,配合帮扶企业,助推项目落地,实现了5万元集体经济收入;2018年末,“美好乡村”建设项目正式启动,工作队与村委会所有成员结合实际,积极配合规划部门,对十二股村未来发展出谋划策,以确保达到美好乡村建设要求。

多方筹措资金 推进基础设施建设

工作队会同村委会全体干部,对全村83户贫困户2018年收益监测表及贫困户信息采集表进行核对验收,按照地方政府新档案模板要求,填入电子表格存档备查,对全部贫困户档案进行整理完善,彻底填补了十二股

村贫困户无电子档案的空白。

十二股村受地方财政资金限制,村委会各项基础办公设施不足,有效使用面积不足160平方米,根据贫困村退出标准,村委会办公面积也被列为考核内容(400平方米)。工作队积极与镇政府沟通协调,现阶段十二股村委会旁边的空地已基本建设完成,将设置村“两委”办公室、党员活动室、综治维稳室、卫生室、图书阅览室、脱贫致富平台等多个功能区,实现一站式办公、一体化服务,有效发挥其服务群众的作用。

工作队整合多方资源,积极筹集资金,彻底解决了东、西花两个自然村村民饮水难、饮水不安全的问题。要想富,先修路,工作队带领村委会整修、新修村道,顺利解决了四喜自然村长期以来存在的出行难,尤其是遇上恶劣天气无法出村的问题,更降低了道路交通安全隐患,为群众解决了“心头之忧”。

落实帮扶政策 完成脱贫目标任务

工作队每周至少两天与村“两委”成员一同深入贫困群众家中走访,熟悉村情,详细了

解每一户的生产和生活情况。经过充分调研和深入了解,在认真分析每个贫困户致贫原因的基础上,配合村“两委”,制定了切实可行的脱贫规划和年度扶持计划,结合实际,严格落实各项帮扶政策。

2018年10月,十二股行政村动态管理拟正常脱贫43户,共111人,稳定脱贫3户,共8人,全年通过菜单式扶贫,共帮扶贫困户养猪120头,养牛13头,新建圈舍12间,合计补贴17.1万元,全年发放良种补贴7.9万元,入股光伏产业帮扶7户,入股工业园区帮扶7户,帮助安排有劳动能力贫困户从事保洁员和护林员工作共12人,目前全村尚有未脱贫户9户,共29人。

今后,中国银行内蒙古乌兰察布市分行驻十二股行政村工作队将继续团结带领十二股村广大干部群众,坚定信心,顽强奋斗,去夺取脱贫攻坚战的全面胜利。



招商银行 2019 愤怒的小鸟联名卡解锁新姿势

准备好领养 TA 了吗?



近日,堪称“发卡狂魔”的招商银行网红“小小鸟”(全名:“愤怒的小鸟”联名卡)再放大招——2019 限定款“小小鸟”系列正式解锁,Q 萌画风、加之超多高颜值好物,最是能撩拨人心,站稳 C 位一整年!

玩得溜

招商银行将“颜值正义”进行到底!

其实,“小小鸟”设计初衷,是希望通过 Q 萌的形象拉近与孩子们的距离,成为很多孩子成长路上的“第一卡”,填补国内“亲子卡”领域的空白。此次上线的2019“小小鸟”限定款都是 mini 卡设计,



携带更是方便,一手掌握。活力中国红锦鲤 baby 卡,寓意着满满的福气,是想要求锦鲤求好运的年轻人必备催运好物;倒眼看世界的高能 baby 卡,黑色酷感设计,让“小小鸟”和你一起换种视角看世界;粉紫调闺蜜 baby 卡,三只小鸟集体上镜,卖萌中还带点高级感,闺蜜姐妹花们应该人手一张。

现在起至 6 月 30 日,在线申请并领取2019 限定款“小小鸟”卡还能 100% 获得“愤怒的小鸟”正版授权周边好礼,更有机会领取 140 元猫眼电影券!喜欢的电影,小小鸟陪你一起看!



有“好看的皮囊” 更要有一个“有趣的灵魂”

据了解,“小鸟卡”自 2017 年 12 月上市以来,一年内发卡量已突破 400 万张,火爆程度可见一斑,成为名副其实的“网红”卡片。其中,85 后年轻妈妈,90 后职场新人成为主力用户,而招商银行的“小鸟卡”缘何这么火?

众所周知,故宫通过洞察年轻人喜好、紧跟热点趋势,为古老的故宫 IP 赋予了新的生命;江小白用扎心文字直戳消费者痛点,逆转传统品牌面临的年轻消费群体流失的危机。伴随着 85 后、90 后逐渐成为消费主力军,如何激发年轻一代的关注兴趣成为了



当下品牌营销的刚需。而“好看的皮囊”只是吸引眼球的第一步,“有趣的灵魂”才是占领消费者心智的长远之道。正是着眼于此,招商银行走上了跨界+IP 衍生的路子,用年轻人喜欢的玩法、内容、潮流的风格说话,造就了诸如“小鸟卡”“大卫贝肯熊”“海绵宝宝”等一系列广受好评的联名卡,曾有 90 后用户坦言:“一直觉得银行是大老粗、很刻板,但每次看到招行这张萌萌的卡,不自觉地心都化了,招行玩得溜!”

未来,招商银行还将围绕着品牌年轻化的思路,为用户提供更简单、更有趣、更好玩的产品与用卡体验,未来年轻人的世界在哪儿,招商银行就在哪儿。(宇萍)