

# 深山养牛人迈入数字新生活



“现在放心多了，就算我去街上赶集、下地干活，也能随时打开手机看看家里有没有来人、牛有没有出事。”陕西省汉中市汉台区宗营镇杨家山村72岁的老人郭有德高兴地说。

杨家山村是秦岭脚下一个普通的山村，地形复杂多样、村民居住分散。在深山里的村四组，郭有德已经养了一辈子的牛。多年来，他每天起早贪黑，守着几头牛艰难谋生。“以前的日子真是苦，除了看牛就是睡觉，连个说话的人都没有。”最让他感到无助的是，每当牛生病时，手机根本没有信号，他只能一口气跑两公里山路，到村里找人帮忙，“那时候真是叫天天不应，叫地地不灵”。

转机源于一场数字乡村建设的春风。在中国电信汉中分公司推进杨家山村“数字乡村”项目调研时，营维工程师齐洪俊偶然了解到，不仅村里住户需要网络，更偏远的杨家山村四组还住着两户养牛人——郭有德和邢志宏。由于这两家人地处哑姑山深处，远离行政村，常年处于“信息孤岛”上，通信基本靠“跑”，生活极其不便。

“必须把信号送进去！”中国电信

汉中分公司迅速响应，组织了一支由十多名队员组成的突击队，实地勘察地形、规划光缆布放路径。他们要面对的，是长达4公里的复杂山地，沿途山势陡峭、土质疏松，多处存在滑坡风险，施工难度远超预期。

尽管困难重重，但这支队伍没有退缩。他们肩扛手拽，将一根根电杆、一捆捆光缆运上山；为避开地质灾害点，线路多次绕行，杆位一再调整。齐洪俊回忆说：“那段时间，我们每天上山山下往返数十趟，不少队员袜子磨破了，鞋底也走穿了，但没人喊累。”

最终，突击队架设了30多根电杆、布放了4公里光缆，光纤网络终于成功接入郭有德家中。中国电信不仅为他家开通了高速宽带和网络电视，还贴心地安装了一套“天翼看家”视频监控系統。

一根细细的光纤，就这样改变了一位七旬养牛老人的世界。现在的郭有德，不再是那个与世隔绝的深山农户。通过中国电信搭建的信息网络，他不仅可以随时用手机和外界联系、看电视、了解行情，还能通过监控摄

像头实时查看牛圈状况。信息化带来的不仅是生活的便利，更点燃了他扩大生产的信心。郭有德说：“我正准备新建几间鸡舍，再养些鸡，扩大经营规模。有了网络，我能学技术、找销路，收入肯定要比以前强！”

从昔日“满山跑”到今日“屏上看”，从闭塞的“信息孤岛”迈向便捷的“云端生活”，郭有德的生活改变，正是中国电信汉中分公司扎实推进数字乡村建设、努力弥合城乡“数字鸿沟”交出的答卷。

在杨家山村，数字化治理已悄然覆盖全村关键节点。各主要岔路口、池塘周边、垃圾集中清理区等位置，均安装了中国电信智能监控系统，实时将车辆通行、人员流动等画面传送至村委会及上级综治平台。村干部表示，即使不派人巡逻也能全面掌握治安动态。该系统还广泛应用于水域治理、垃圾清理监督和森林防火等多个场景，大幅提升了乡村治理的精细化水平与效率。

“村里多个区域现已实现‘天翼云播’全覆盖。”杨家山村书记杨超介绍，“以往传达信息得靠干部跑腿挨家通知，如今在村委会一开口，全村都能清晰收听。”“天翼云播”不仅显著提高了应急指挥、政策宣传和党建学习的效率，还成为丰富村民文化生活的窗口。农技讲座、健康知识、反诈骗提醒、经典名著、音乐和天气预报等内容通过广播传入千家万户，有效促进了乡村精神文化建设。

中国电信汉中分公司相关负责人表示，加强农村偏远地区通信设施建设仍是当前工作的重点。未来，公司将持续加大资源投入，让更多农户像郭有德一样，享受到数字化带来的实实在在的红利。

乡村振兴，数字赋能。在中国电信陕西公司的持续推进下，天翼数字乡村平台已服务全省超过1.3万个行政村。越来越多像杨家山这样的乡村正快步走向治理数字化、生产智能化和生活智慧化，数字力量正在为乡村振兴注入全新动能。

（人民日报电）



## 地方金融

### 江苏南通农商银行多维赋能重构代销业务新生态

栏 在净息差持续收窄的背景下，代销业务作为银行中间收入的重要来源，其战略地位日益凸显。面对这一挑战，江苏南通农商银行正通过数字化赋能、客户深度经营和差异化策略，重构代销业务价值。从全员营销到场景化活动，从收单网格化管理到AI智能助手，全面开启代销业务转型之路。

至2025年8月末，该行代销业务交出亮眼成绩单：实现中间业务收入681.09万元，其中代销理财销售余额20.64亿元，较年初净增7.4亿元；代销保险销售达9288万元；代销贵金属销售1375.48万元。更值得关注的是，所有到期代销理财产品均能按期兑付，整体经营平稳有序。

全员营销，考核激励提效能。通

过精细化考核机制激发全员营销活力，建立日报、周报、月报督促进度。参与考核人数达558人，覆盖厅堂和非厅堂各岗位人员，形成全方位营销网络。考核结果显示，厅堂人员均分85分、非厅堂人员均分78分，其中113人超过100分。351人得分在0-60分之间，全员营销理念已得到大部分员工响应。同时，针对少数未达标支行和人员，将开展有针对性的专项赋能培训。

场景拓客，分层经营促转化。活动营销成为代销业务的重要抓手：支行层面，开展沙龙152场、邀约客户1216人，通过高频活动带动新增财富客户增长和保险销售提升。总行层面，打造“七夕贵金属系列活动”成效显著，现场展销会当日销售破百万，

并成功邀约27名高净值客户开展VIP珠宝品鉴会，实现高净值客户精准触达。

数字赋能，科技驱动新升级。探索搭建“总行集中运营长尾客户、支行着重运营价值客户”的联营模式，在企业微信端搭建“零售业务AI小助手”知识库。目前该AI助手已支持信用卡全业务的自动回答，力争9月实现零售业务“全场景”覆盖。

精耕网格，深挖价值增效益。执行新增收单商户网格化管理，对新增商户进行“拓展、维护、增值”全生命周期管理。借助9月收单新费率政策的调整契机，梳理潜在财富客户名单，下发支行进行重点维护，以政策调整带动收单客户的AUM贡献度。通过网格化管理实现精准营销和服

务，提升客户黏性和贡献价值。

靶向提升，数据赋能固客群。用把握临界客户方式提升客户价值，针对临界网络支付客户和价值贷记卡客户，定向配置线上活动，通过展业平台下发营销名单。8月新发卡384户，其中价值贷记卡净增220户。为防止客户流失，主动进行批量续卡，为客户补发个人金卡，做好二次促活，全面推进代销业务从单纯的产品销售向客户关系经营深化。

未来，南通农商银行代销业务将加速从“卖方销售”向“买方投顾”转型，从追求规模扩张转向深耕客户关系和价值创造，将数字化转型和精细化客户经营打造成为核心驱动力，推动代销业务向更专业、更精准、更智能的方向发展。

（张伊曼）

本报讯(记者 汪宏胜 □ 汪 炜) 为进一步提供优质便民高效的金融服务，昆山农商银行聚焦“一老一少一新”重点群体，不断推动服务优化，推出暖心金融服务，以金融之力帮助特殊群体解难题、办实事，让金融服务“心贴心”。

金融护航，助力“老”有所依。该行一方面不断丰富养老个人金融产品供给，大力推广三代社保卡换卡力度，并联合发放超16万张“尊老卡”；为老

系，精心设计亲子游戏、绘画阅读、职业体验、社会实践等多样化内容。打造昆山首家“乐高主题儿童银行”，将乐高元素与银行功能有机结合，突破传统银行网点格局，将金融知识与科学、技术、工程、艺术、数学等学科融合，系统性培养孩子的身体协调、认知发展、情感表达、创造力和社交能力。组织开展“金融知识进校园”、“小小牙医”体验、“小小银行家”职业之旅、亲子艺术沙龙、“地铁大富翁”城市挑战

江苏昆山农商银行：

### 让金融服务更有温度 共筑“一老一少一新”幸福生活

年客群定制个性化理财产品，如特色储蓄存款、“共享日日金”、颐养天年理财、增额终身寿险等，帮助老年客户更好地规划养老生活。另一方面，立足老年人核心需求，打造“六专”金融服务。完善专属的服务设施，在网点配备无障碍通道、爱心座椅、老花镜等；开通专设的服务通道，推出“爱心窗口”和咨询绿色通道；培训专业的服务经理，为60岁以上的老人提供专属服务；打造专享的服务渠道，推出“关爱版”手机银行，简化操作界面；成立专属的服务团队，针对行动不便的老人开展上门服务，建立助老联系档案卡；建立专门的服务空间，开展“悠享俱乐部”，打造“体验日”“微沙龙”等老年人活动。

金融慧小，助力“少”有所教。该行联合学校、教育机构等建设儿童主题银行，增强儿童防诈骗意识，研发覆盖3-18岁孩子的阶梯式财商课程体

赛”等各类少儿财商活动。

金融助民，助力“新”有所属。在金融产品方面，昆山农商银行结合收入特点、资金需求等因素的分析，精准评估新市民信用状况，开通“一张身份证即可申请”的备用金快速响应通道。为成功申请“新市民”备用金的客户提供利率8.8折的优惠，充分满足新市民消费需求。丰富数字人民币在服务新市民中的应用场景，成功落地昆山首笔数字人民币新市民贷款。在阵地建设方面，打造“新市民主题网点”，提供一站式住房按揭贷款及过户、社保卡异地取款减免、异地就医登记等多项专属金融产品与服务。在权益保护方面，积极探索新市民客群的金融诉求，以提升新市民消费权益保护意识为主要目标，侧重金融产品介绍、个人征信保护、反诈防非宣传等内容宣讲，助力新市民更好地融入城市生活。

### 江苏赣榆农商行多措并举提升金融服务质效

近年来，赣榆农商行始终坚守“立足本土、支农支小、服务城乡”的市场定位，通过支农支小、厅堂服务以及金融产品等，给客户带来高效、便捷、贴心的服务，满足客户的金融需求。

该行强化网点转型，提升服务质效。一是推进网点转型专项行动。制定《江苏赣榆农村商业银行2025—2027年网点转型三年行动方案》，形成“核心区域密集+乡镇范围

覆盖”的网点分布新局面。将业务办理、厅堂营销、外呼外拓等职能有机融合，推动营业网点营销模式和服务模式的升级。二是推进特色网点创建，打造服务标杆。以柘汪支行特色海洋支行创建为切入点，明确争1家省级特色网点、打造9家行内特色标杆网点的创建目标，制定《特色支行创建操作手册》，开发4类管理工具，对全行40家网点按照“特色产业类”（如海洋经济、种植、养殖产业）、“特定

客群类”（如新市民、银发客群）申报打造，确保“一网点一特色”。

同时，强化机制建设，提升服务效能。构建服务质量优化机制。开展全方位检查，改善网点服务环境。开展网点服务效能提升专项行动，实时跟踪整改进度。截至目前，客户平均等待时长较上年同期缩短85.5%。构建特殊群体服务机制。制定《江苏赣榆农村商业银行特殊消费者群体服务管理办法》，积极开

展适老网点创建工作。开通敬老爱心窗口，规范服务流程，提升特殊群体服务质量。

此外，强化团队建设，拓宽服务渠道。一是组建“小圆服务队”，明确面对不同客户、办理不同业务、在不同场景下的标准化工作流程。建立长效服务机制，不断拓宽厅堂服务渠道。二是组建志愿者服务团队，推进“五走进”活动。开展进机关、进企业、进小区、进社区等“五走进”活动，开展金融知识宣传、上门办理业务等服务活动，提升客户体验。

（苏梦婷）

### 沛县农商银行歌风支行用行动书写责任

张晓彤反常沉默，原来急性喉炎让她完全失声，医嘱需静养三日。“现在是对公账户高峰期，我可以用文字服务”，她在记事本上写下今天“说”的第一句话。她婉拒了领导安排的调休，经特许后从

抽屉里捧出叠得整齐的提示语“您好，请出示您的身份证”“请问需要办理什么业务。”张晓彤将高频业务对话制成提示卡，在柜台旁增设“手写交流板”，甚至为老年客户准备了放大版提示牌。

叫号机叮咚一声，张晓彤立刻扬起笑脸，双手将“您好”的纸条递到客户面前，认真细致地为每一位客户办理业务。午休时，她没有选择尽快结账休息，而是在修改新的提示语。“刚才有位

客户要转账，我应该提前准备‘请确认收款方信息’的纸条。”手指敲击在键盘上的声音，成了此刻最动人的声响。

临近下班，那张“请慢走，欢迎下次光临”的纸条已经被反复折叠过无数

次，当最后一位客户离开时，张晓彤抬手揉了揉酸胀的脸颊，却依然保持着微笑的弧度。没有豪言壮语，却是“极致服务”的坚守；未曾高声宣告，却用行动书写着责任。张晓彤就像一株在岗位上的声音，成了此刻最动人的声响。

临近下班，那张“请慢走，欢迎下次光临”的纸条已经被反复折叠过无数

次，当最后一位客户离开时，张晓彤抬手揉了揉酸胀的脸颊，却依然保持着微笑的弧度。没有豪言壮语，却是“极致服务”的坚守；未曾高声宣告，却用行动书写着责任。张晓彤就像一株在岗位上的声音，成了此刻最动人的声响。