

# 南通农商银行织密监督“防护网” 筑牢高质量发展“廉防线”

近年来,面对日益复杂多变的金融市场环境与愈发严格的监管要求,南通农商银行深刻认识到强化监督体系构建的紧迫性与重要性,致力于打破部门壁垒,凝聚起强大的监督合力,力求实现全方位、多层次的监督覆盖,全面提升监督效能,为稳健发展筑牢坚实的监督防线。

突出政治引领作用。该行明确坚持“党的领导、问题导向、聚焦重点、抓早抓小”四个重点方面,确保政治监督方向正确。制定落实全面从严治党主体责任清单,签订《党风廉政建设责任状》,切实增强推进党风廉政建设和反腐败斗争的责任感、使命感、紧迫感,确保党风廉政建设责任到人、措施到位、任务落实。聚焦“关键人”,牢牢扭住管党治党这个“牛鼻子”,加强对“一把手”

和领导班子监督,督促“关键少数”严于律己、严负其责、严管所辖,示范带动“绝大多数”坚定理想信念、忠诚履职尽责、勇于担当作为。

加强履职风险防控。紧扣关键领域、关键岗位与重要环节,该行全面梳理岗位职责清单,精准定位责任主体与潜在廉洁风险点,依据廉洁风险的发生概率、潜在危害程度及影响范围,建立“高、中、低”三级风险等级评定机制,制定差异化管控措施,形成《廉洁风险防控工作手册》并持续更新完善。2025年,根据江苏农商联合银行工作部署,扎实开展廉洁风险点排查工作,识别新增廉洁风险点45个、制定防控措施40条。

强化清廉文化建设。该行以“5·10”思廉日为契机,开展形式多样的廉

洁教育活动,不断织密监督网络。组织党员干部参与“四风八规”连连看情景测试,高质量推进深入贯彻中央八项规定精神学习教育。开展“家庭助廉”活动,推动廉洁教育向“八小时外”延伸,筑牢家庭单位廉洁防线共同体。组织党员干部、客户经理等重要岗位人员赴南通市党风廉政教育基地开展“零距离”“情景式”警示教育,强化党员干部纪律规矩意识。在OA平台建立“廉洁银行”专区,定期下发纪委工作提示、纪法小课等内容,推动廉政教育入脑入心,推动学廉、思廉、践廉成为新常态。

完善贯通协同体系。印发《党风廉政建设和反腐败协调小组工作规则》,明确小组成员部门的责任,建立“零报告”机制,把纪律监督嵌入业务工作全

流程管控,整合纪检部门和业务部门协同监督力量,前移廉洁风险防控关口,提升监督的深度和细度。同时,逐步强化与监管、公检法等外部部门的监督贯通协同,在信息共享、线索移交、成果运用等方面开展协作,形成金融反腐监督合力。2024年通过走访公安和交警部门开展“黄赌毒及酒驾醉驾”专项排查,对排查出的12名员工进行处理并通报,形成有力震慑。

接下来,南通农商银行将持续加强立体化监督体系建设,聚焦信贷审批、资金运营、客户服务等核心领域,推动监督从“事后追责”向“事前预防、事中管控”全链条延伸,切实把风险隐患化解在萌芽状态,打造让客户放心、让监管安心、让社会信赖的农商银行。

(倪美丹)

## 江南农商银行经开区支行开展特色宣传活动

为深化社保政策普及、创新惠民服务形式,近期,由常州经开区社保局牵头的“社保服务进万家”主题快闪集市在歌林公园火热启幕。活动创新推出“一站式咨询+趣味互动+精准上门”三维服务模式,江南农村商业银行经开区支行作为参与单位全程助力,凭借便捷制卡服务与活动实用内容,吸引众多市民参与。

活动现场,各参加单位以“摆摊设点”的形式,聚焦养老保险、工伤保险、社会保障卡服务、医疗保险等核心业务,面对面为市民提供政策解读与咨询指导。其中,江南农村商业银行展台尤为亮眼。该行专程携带便携式制卡机进驻,针对有医保卡办理需求的客户,提供“即时申请、现场制卡、立等可取”一站式服务。从信息核对、资料录入到

卡片制作、功能激活,全流程高效办结,无需市民多跑路、长时间等候,用专业服务让社保惠民举措落地更贴心。不少市民现场体验后纷纷点赞:“原本以为办医保卡要跑好几个地方,没想到在集市上十几分钟就搞定了,江南银行的服务太方便了!”

此次“社保服务进万家”快闪集市活动的圆满落幕,不仅让社保政策以更

鲜活、更贴近民生的方式走进千家万户,更通过“咨询+互动+上门+即时服务”的多元举措,打通了惠民服务的“最后一公里”。江南农村商业银行便携式制卡机的现场赋能,让“立等可取”的医保服务成为活动一大亮点,与各单位的专业服务形成合力,切实解决了市民办事的急难愁盼。未来,江南农村商业银行经开区支行将持续创新形式、延伸触角,让市民感受到更加便利、贴心的服务。

(葛江琳 是柔)

## 华商学院联动眺远财经举办写作工作坊活动

近日,由广州华商学院数字经济学院经济统计学专业与广州眺远咨询有限公司联合主办的华商&眺远财经写作(商业观察分析)工作坊活动成功举办。据悉,工作坊由高承远担任组长和授课老师,孙坤、韩凤彩等十余位经济统计学专业教师担任指导老

师,石立担任顾问。本次活动中,通过系统授课,学员们掌握了融合数据分析的财经文章的写作模式;通过专业指导,学员们产出了大量高水平财经文章;通过细致打磨,众多学员的财经文章发表在了国内知名财经媒体平台。

据介绍,本工作坊是广州华商学院经济统计学专业深化产教融合、推动实践教学的重要举措,致力于为数字经济和大数据时代培养懂分析善表达的新商科复合应用型人才。此次工作坊依托《数智化统计应用型人才科产教融合实践教学基地》项目开展,该

基地为广东省质量工程项目和教育部产学合作协同育人项目,致力于搭建学术与商业实践的桥梁,助力提升学生的综合素质与就业竞争力。

参与工作坊的学员们表示,工作坊活动提升了其数据分析方法的应用能力,锻炼了其财经文章的写作思维,撰写并发布的财经领域文章将极大提升其就业竞争力。

(杨会芳)

## 昆山农商银行走进医疗系统开展金融服务活动

近日,昆山农商银行志愿服务团队走进昆山市中医医院,开展了一场主题突出、内容扎实的现场金融服务活动。此次活动旨在将便捷、实用的金融服务直接送至医护人员身边,有效提升金融服务的普惠性与便民度,获得了院方职工的高度认可。

为确保服务精准对接实际需求,活动前期昆山农商银行与昆山市中医医院进行了深入沟通,了解到医护人员在业务办理、信贷支持及防诈骗知识等方面存在较强需求。银行迅速组建了由业务骨干构成的志愿服务团队,配备移动端、宣传折页等,围绕账户管理、信贷产品、防诈骗科普等重点内容制定了专项服务方案。

活动当天,银行工作人员在医院内设立临时服务点,现场为医护人员办理银行卡开户、手机银行开通、信息查询、转账等业务。仅一天时间,即成功为20余名职工办理业务,让大家在工作间隙便高效完成金融业务,省时又省力。与此同时,志愿者还面向医护人员及来院患者开展了金融知识宣讲,以案例化、口语化的方式讲解识别电信诈骗、保护个人信息、辨别假币等实用知识,并介绍了该行特色信贷产品。现场累计发放宣传材料100余份,接受咨询30余人次,有效提升了参与者的金融风险防范意识。

本次“金融服务进医院”活动,是昆山农商银行践行普惠金融、推动服务下沉的一次重要实践。不仅实现了“金融服务出门办”,切实增强了金融服务的可获得性,也进一步深化了银医合作关系,为后续拓展场景化、多元化服务奠定了良好基础。

未来,昆山农商银行将继续探索服务新模式,推动金融服务走进更多企事业单位和社区,以实际行动助力地方金融生态建设,为广大市民提供更加优质、便捷、有温度的金融服务。

(徐玉婷)



## 诗碧曼亮相第九届世界整合医学大会

近日,第九届世界整合医学大会在深圳华侨城洲际酒店举行,这场大会汇聚了来自全球60多个国家和地区近3000名专家学者、从业人员,以“大医学、大健康、大产业”为主题,搭建起国际医学交流与合作的重要平台。

作为整合医学领域的年度盛事,本次大会重点聚焦前沿医学研究、临床应用转化和健康产业创新发展等核心议题。诗碧曼养发董事长朱建霞受邀发表专题演讲,分享其在头皮健康领域的研究成果与实践经验。朱建霞的演讲兼具专业性与实用性,现场反响热烈,引起了与会专家的广泛关注。

“运用专业所长,为人类健康贡献力量,是科研工作者的使命与责任。”66岁仍保持一头自然黑发的朱建霞在演讲中表示。朱建霞发现传统草本因生长环境、年限、提取方式等因素差异,在实际应用中存在功效不稳定、成分复杂等问题。凭借南京大学高分子化学专业背景,她带领团队深耕科研,通过自主研发的分子筛选取工艺,针对性解决了传统中草药在一致性、安全性、渗透性方面的行业痛点,实现产品有效成分的精准把控。

据悉,诗碧曼相关研究成果已在国内外权威期刊发表,结果显示其产品成分在抑制衰老相关蛋白表达、修护毛囊相关细胞等方面具有积极作用。与此同时,诗碧曼还积极探索认知障碍预防等领域,并通过了诗碧曼预防阿尔茨海默症伦理审批,启动了全球首个“草本养头皮成分延缓AD认知障碍的随机双盲临床试验”。

本次世界整合医学大会的举办,为跨领域健康产业交流搭建了重要桥梁。作为整合医学的代表性案例,诗碧曼实现了传统中草药经验与现代分子科学的深度融合,不仅为头皮健康养护领域提供了新的思路,也为整合医学的多元化发展注入了新的活力。随着健康产业的不断升级,传统草本的创新应用有望在更多健康领域发挥积极作用,推动健康产业高质量发展,为全球消费者带来更优质的健康体验。

(丁文)

## 昆山农商银行走进医疗系统开展金融服务活动

近日,昆山农商银行志愿服务团队走进昆山市中医医院,开展了一场主题突出、内容扎实的现场金融服务活动。此次活动旨在将便捷、实用的金融服务直接送至医护人员身边,有效提升金融服务的普惠性与便民度,获得了院方职工的高度认可。

为确保服务精准对接实际需求,活动前期昆山农商银行与昆山市中医医院进行了深入沟通,了解到医护人员在业务办理、信贷支持及防诈骗知识等方面存在较强需求。银行迅速组建了由业务骨干构成的志愿服务团队,配备移动端、宣传折页等,围绕账户管理、信贷产品、防诈骗科普等重点内容制定了专项服务方案。

活动当天,银行工作人员在医院内设立临时服务点,现场为医护人员办理银行卡开户、手机银行开通、信息查询、转账等业务。仅一天时间,即成功为20余名职工办理业务,让大家在工作间隙便高效完成金融业务,省时又省力。与此同时,志愿者还面向医护人员及来院患者开展了金融知识宣讲,以案例化、口语化的方式讲解识别电信诈骗、保护个人信息、辨别假币等实用知识,并介绍了该行特色信贷产品。现场累计发放宣传材料100余份,接受咨询30余人次,有效提升了参与者的金融风险防范意识。

本次“金融服务进医院”活动,是昆山农商银行践行普惠金融、推动服务下沉的一次重要实践。不仅实现了“金融服务出门办”,切实增强了金融服务的可获得性,也进一步深化了银医合作关系,为后续拓展场景化、多元化服务奠定了良好基础。

未来,昆山农商银行将继续探索服务新模式,推动金融服务走进更多企事业单位和社区,以实际行动助力地方金融生态建设,为广大市民提供更加优质、便捷、有温度的金融服务。

(徐玉婷)

从专业运动场景驶向大众消费蓝海

## 韶音以“开放聆听”讲述品牌新叙事

□ 本报记者 卢岳

在近日举办的2025年进博会上,开放式耳机领域的领军者韶音集中展示了覆盖耳夹、耳挂、后挂系列的完整产品矩阵,以OpenDots ONE、OpenFit 2+等旗舰产品,凸显了其以1408项全球开放式耳机发明专利为支撑的硬核科技实力。同时,品牌将ESG理念深度融入产品与行动,从环保可降解包装到持续的公益项目,彰显了其作为行业领军者的责任担当。

对此,消费日报在进博会现场对韶音品牌进行了专访,深入解读其如何在“开放聆听”的理念下,用一副小小耳机引领一场全新的生活变革。

记者:我们关注到,韶音在2025年启动了从专业运动耳机到开放式耳机的战略升级。本届进博会上,韶音有哪些产品或技术最能够体现品牌向大众消费市场拓展的策略?

Shokz韶音中国区品牌营销总监刘雅婷:韶音在本届进博会带来了全系列的开放式耳机旗舰产品,其中最能体现向大众市场拓展的是韶音首款耳夹耳机OpenDots ONE,这款产品兼具了功能性以及时尚装饰属性,是不少追求品质和时尚潮流的消费者首选。

记者:您希望向进博会的观众传递哪些韶音新的品牌内核和价值主张?

Shokz韶音中国区品牌营销总监刘雅婷:韶音始终秉持“开放聆听”的品牌理念,此次也希望借助进博会,向企业合作伙伴和广大消费者传达这一主张。我们认为,“开放聆听”不仅体现在物理层面,让用户在享受耳机里的音乐时,也能清晰感知周围环境的声音,在家庭、办公、运动场景中实现无缝交流;这一理念同时也蕴含着人文层面的考量,代表一种“不与世界隔绝”、“开放”的生活哲学。

记者:本报注意到,本届进博会

上,韶音携不少新技术亮相。如这款耳夹耳机运用了Bassphere低频聚合技术和Shokz OpenBass 2.0+动态调音算法来优化音质,那么这些技术如何具体解决开放式耳机在低音表现上的传统痛点?

Shokz韶音中国区品牌营销总监刘雅婷:长期以来,开放式耳机受限于部分物理结构,在低音的表现上往往不尽如人意。为此,韶音采用了“软硬结合”的组合方案。在硬件层面,我们通过Bassphere™低频聚合技术,将传统发声单元升级为对称双单元结构,显著提升了音质的澎湃感和表现力。在软件层面,我们升级了调音算法,通过应用Shokz OpenBass 2.0+调音算法,实现了不同音量下的动态音质平衡。值得关注的是,OpenDots ONE耳夹耳机是韶音首款搭载了杜比音效的耳机,在实际使用中消费者可以获得更为自然、真实的听觉体验。

记者:我们关注到,除了新技术外,韶音近期也在营销方面推出了很多新玩法。如推出了OpenDots ONE暮光紫与OpenFit 2+紫棠等新配色、与超级猩猩发起了“运动好搭紫”联名活动,这些是否意味着韶音在营销上正朝着更年轻时尚的方向发展?

Shokz韶音中国区品牌营销总监刘雅婷:在以往,韶音主要集中在专业运动领域,如马拉松、越野跑、铁人三项等开展营销动作。然而,自2023年韶音陆续完善耳挂式、耳夹式的开放式耳机品类以来,韶音的品牌营销策略也从专业运动领域向“全景开放聆听”延伸,这也体现在韶音产品布局上的调整。

例如,今年下半年,韶音多款新产品推出了更加丰富的新配色。这些配色是基于品牌对中国市场用户的深入调研,通过对数据的分析与筛选,精准回应消费者偏好。如耳夹耳机推出的柔雾粉、暮光紫,以及耳挂式耳机的紫棠配色等。我们还特别



选择在进博会这一平台,全球首发耳夹耳机OpenDots ONE的新年限定配色赤霞珠,响应中国消费者对节日情感价值、个性化与美学表达的深层次需求。

在营销层面,我们针对城市人群不断丰富营销方式和内容。例如与超级猩猩进行联动,打造紫色专属空间,并围绕产品新配色开展整合营销,希望让用户能在实际运动过程中,体验到韶音开放式耳机的舒适轻巧及出色音质。

记者:您刚刚提到,韶音开放式耳机在市场的知名度不断提高。数据显示,2024年中国开放式耳机的出货量同比增长了212%,面对如此高速增长的市场,韶音如何看待开放式耳机未来的技术迭代方向和市场竞争格局?

Shokz韶音中国区品牌营销总监刘雅婷:作为较早布局开放式耳机的品牌,我们关注到越来越多的品牌正加入到了开放式耳机的阵营。这不仅有助于共同开展市场教育,也推动了更多优秀产品面向消费者。

我们认为,未来开放式耳机在技术上会迎来显著的迭代和更新。例

如,传统认知中开放式耳机存在的音质、漏音等痛点,都将随着行业成熟及技术发展而逐一击破。

另一方面,开放式耳机的应用场景也将从单一的运动场景向日常生活中的通勤、办公、娱乐休闲等全场景拓展,实现更多元的发展,这也是开放式耳机未来的重要趋势之一。

记者:作为开放式耳机领域的头部品牌,韶音相比传统耳机及其他同类开放式耳机,具备哪些核心优势?

Shokz韶音中国区品牌营销总监刘雅婷:韶音自2011年成立以来,一直专注于开放式聆听赛道,在技术研发和用户洞察方面积累了深厚经验。无论是早期为运动爱好者推出的骨传导耳机,还是2023年起面向大众市场开发的耳挂式、耳夹式耳机,都体现了我们在开放式耳机领域的技术实力和对用户需求的深刻洞察。

根据第三方平台数据,韶音在全球拥有1408项开放式耳机申请发明专利,数量位居全球第一,这充分反映了我们在技术创新上的持续投入。此外,作为行业早期布局者,韶音积极推动行业规范化发展。例如,去年我们联合中国标准化研究院发

布了国内首个《骨导耳机工效学技术要求和测评方法》团体标准,旨在促进行业健康发展,将更优质的产品带给消费者。

记者:除了产品本身,我们注意到韶音在包装上采用了可回收材料。这一举措背后的考量是什么?未来是否计划开展更多ESG相关活动?

Shokz韶音中国区品牌营销总监刘雅婷:韶音始终重视履行企业社会责任。在包装方面,我们使用甘蔗纤维、纸浆等可再生材料,助力实现产品全生命周期的环保性与可持续发展。同时,我们已连续四年联合户外与环保爱好者发起“无痕山野”公益活动,组织山野清洁行动,保护自然环境。此外,2023年10月韶音运动嘉年华中,我们还邀请代言人基普乔格化身为“黑暗跑团”陪跑员,带领全盲跑者陈芊等视障人士完成奔跑,鼓励该群体积极参与跑步等运动,推动“跑道无障碍、人心无障碍”。未来,韶音将继续以技术为支撑,推动环保、公益与品牌成长同频共振,让开放式声学技术惠及更多消费者。

记者:韶音作为一家全球化企业,在海外市场取得了哪些关键成就?此次进博会韶音有哪些收获?

Shokz韶音中国区品牌营销总监刘雅婷:目前,我们的业务已覆盖全球60多个国家和地区,并进驻了Costco、山姆等众多海外线下渠道。

体育营销是我们拓展全球市场的重要策略。作为拥有运动基因的品牌,我们合作了多项国际马拉松与越野赛事,包括芝加哥、波士顿、伦敦、悉尼等世界大满贯马拉松赛事,以及UTMB等极限越野赛事。韶音希望通过这些合作,让更多人关注运动,并体验“开放聆听”带来的全新视听方式。

今年是韶音首次参展进博会,我们很荣幸受主办方邀请,与全球众多优秀消费品及国际知名品牌同台,向中国消费者展示最新产品成果。进博会为韶音提供了与全球合作伙伴及消费者深入交流的宝贵机会,我们期待通过这一平台,更深入地了解中国消费者的产品需求及偏好,把开放聆听推向全场景、大众化的下一程。