

为博罗革命老区振兴发展扬起“金融之帆”

广东农行 红色基因代代相传 革命老区绽放光芒

文/谭琼 王淼怡 戴曼曼

红色的脉搏，在惠州博罗大地跳动。作为东江纵队展开革命斗争的主战场之一，拥有红色基因的革命老区博罗正朝着高质量发展的道路阔步前行。



▲广东农行员工到东江纵队纪念馆，实地开展党史学习教育

扶持核心企业 为产业腾飞添“引擎”

老区前行的每一步，都有金融力量在助攻，而农行则在这条道路上留下了鲜明足迹。

2021年3月14日，位于博罗县湖镇镇的惠州某电子材料有限公司三期工程举行奠基仪式，农行作为企业信贷战略合作伙伴参加了活动。

重要企业和项目是驱动地方经济发展的强力“引擎”，加大对县域核心企业的金融

支持力度，为省市重点项目“输血供氧”，让“龙头”舞起来是产业扶持的重中之重。

时间回溯到2020年，面对突如其来的新冠肺炎疫情，位于博罗县园洲镇的惠州某新能源有限公司一度面临资金紧缺状况。

非常时期，广东农行送来了“及时雨”。“我们的产品面向全球，订单充足，但受疫情影响，资金需求很急，这时候，农行惠州分行为我们发放了2.5亿元贷款，切实解决了企业复工复产中采购生产原材料的资金问题。”

作为新能源产业的领军企业之一，该公司将为惠州新能源产业发展提供有力支

撑，为当地打造粤港澳大湾区能源产业基地和创新中心提供源源不断的动力。自项目落户博罗以来，广东农行主动对接企业产业园区建设及生产经营等方面的融资需求，给予信贷资源倾斜，为企业发展提供坚强的资金后盾。

这只是广东农行聚焦博罗重点项目建设，全力服务实体经济发展的缩影。近年来，该行主动融入博罗经济发展，通过核心企业的产能复苏，带动产业链的复工复产以及全产业链高速发展，为实体经济提质增效。去年以来，广东农行在博罗投放各项贷款近110亿元，为博罗打造“粤港澳大湾区现代魅力强县”新名片积极贡献着金融力量。



▼广东农行为革命老区企业注入金融动能，该行工作人员在欢旺达惠州新能源有限公司了解金融需求

聚力产业振兴“贷”动乡村发展

2020年底，由惠州市象头山佑康食品有限公司推出的“秋葵黑麦面”正式面市，该产品推出仅1个多月销售量就达到7000多箱。“大大超出我们的预期，现在我们对发展这个产业特别有信心！”博罗良田村村委会主任钟子豪说。

博罗良田村位于国家级自然保护区象头山脚下，村集体主要收入来源为种植、养殖等，但一直缺乏本土龙头企业。钟子豪担任村委会主任后，带领村里几位年轻村民集资创立了象头山佑康食品有限公司，准备对市场上独有的“秋葵黑麦面”特色农产品品牌进行精心培育，推进“一村一品”发展，真正实现乡村振兴。

2020年下半年，当农行惠州分

行“农户信息建档”整村推进来到博罗后，村民第一次了解到了农行“惠农e贷”，这为“一村一品”项目送来了“甘霖”。经过村民申请、村委会集中评议、农行入户调查等流程，这10位村民在农行掌上成功申请到贷款，补齐了100万元资金缺口。如今，良田镇“一村一品”项目按下了“快捷键”，“秋葵黑麦面”正逐步走向更广阔的市场。

据悉，目前农行惠州分行在博罗建档农户近1.5万户，授信总额5.25亿元，发放贷款1.4亿元，切实为群众搭起“致富桥”。同时，该行围绕“大三农、新三农、特色三农”，大力支持农业龙头企业、农民专业合作社、家庭农场、专业大户等农业经营主体，全力做好配套金融服务，相继与博罗13家省级以上农业龙头企业建立合作，覆盖率达100%，累计授信1亿元。

普惠提质增效 润泽民营小微

民营和小微企业在推动区域经济发展中有着重要作用。广东农行因地制宜，在博罗推出一系列服务“套餐”，有效缓解民营和小微企业融资难、融资贵问题。

广东某数字科技有限公司是从汕头整体搬迁到惠州博罗的，因为建设厂房耗费了大量资金，投产后的生产经营资金有些跟不上。“农行博罗支行急我们所需，想我们所想，很快就帮我们解决了资金问题，真是‘雪中送炭’！”该公司相关负责人顾少霞感动地说。原来，农行博罗支行在走访中了解客户情况后，及时与客户联系，并根据实际情况和具体需求，为客户发放了一笔流动资金贷款，确保了企业经营顺利开展。

作为县域普惠金融专营机构，近年来，农行惠州博罗支行全力支持革命老区民营和小微企业发展，数据表明，近两年来，该行普惠贷款实现飞跃式发展，投放小微企业贷款累计超过500户，贷款金额超过6亿元。

行程万里，不忘初心。在博罗这块传承着红色基因的热土上，广东农行将牢记使命、勇于担当，积极抢抓“十四五”重大战略机遇，发挥金融助力，谱写革命老区博罗振兴发展的新篇章。

坚定不移跟党走，开拓创新谋发展

汾酒奏响清香复兴新华章

文程行欢 图受访者提供

“石梁山高汾水长，鲜红的党旗在杏花村高高飘扬，岁月沧桑，春风浩荡，我们世代沐浴着党的阳光……”在6月22日至23日由汾酒集团党委主办的“追寻红色记忆，献礼建党百年”汾酒集团庆祝建党100周年职工歌咏比赛上，一首汾酒集团党委特别邀请音乐制作团队倾情创作的组歌——《汾酒人沐浴党的阳光》，唱出了汾酒人不忘初心、牢记使命、永远跟党走的决心和信念。



红心向党 不忘初心唱响时代音符

歌咏比赛分为《星火之歌》《建设之歌》《春天之歌》《复兴之歌》四个篇章，也指向了汾酒的不同发展历程。在党的生日即将到来之际，汾酒职工以高昂饱满的精神唱响时代强音，用盛大恢弘、波澜壮阔的红色乐章为党的百年华诞献礼。歌咏比赛不仅展现了汾酒人对党的讴歌与挚爱，也唱

出了汾酒人不忘初心、牢记使命、脚踏实地、百折不挠，永远跟党走的决心和信念。

聚焦近现代，在延安，在西柏坡，在东征路上，在抗日战场上，在建国初期的庆功国宴上，都有汾酒的清香绵延。在特制的创作组歌《汾酒人永远跟党走》中，包括《汾酒人沐浴党的阳光》《信念

无悔》《我们永远跟党走》三首子歌曲，追忆从新中国成立到今天，汾酒人经历了中华民族站起来、富起来、强起来的光辉历程。近年来，“国酒之源、清香之祖、文化之根”的汾酒又在新时代、新起点上，以党建引领新开局，改革攻坚再深入，开拓创新谋发展，走上了复兴强大之路。

锐意进取 打造山西国企改革样本

在中国乃至世界酒业的版图上，清香型白酒一直占据着举足轻重的地位，从6000年前山西杏花村出土“小口尖底瓮”开始，延续至今，汾酒成了活着的中国酒文化载体。如何延续香誉千年的清醇华芳，在新时代再创新辉煌，这是行业和社会普遍关注的新话题。

汾酒复兴的关键一步，来自

于2017年山西汾酒集团签下的“军令状”，汾酒集团党委书记、董事长李秋喜与山西省国资委正式签署了《2017年度经营目标考核责任书》和《三年任期经营目标考核责任书》，打响了“山西国资国企改革的第一枪”，大刀阔斧实行国企改革，从根上改、制上破、治上立。在体制上，汾酒集团引进战略投资，优化上市公

司股权结构，成为山西第一家、白酒行业第一家整体上市公司；在机制创新上，汾酒集团加强管理，提质增效，实施股权激励，以党员先锋带头，激发汾酒人干事创业的决心，增强员工内生动力和企业活力。在“双轮驱动”下，汾酒集团打造成为“山西国企改革样本”，在业界书写“汾酒加速度”传奇。

品质为本 复兴路上专注自身优势

在酱酒热的大环境下，作为清香白酒的绝对领军品牌，汾酒这一路进击不同于酱酒的热度照搬，更像是一腔孤勇地逆流而上，去复兴属于汾酒和清香的昔日荣光。公开数据显示，汾酒销售额从2016年的44.05亿元一路飙升，2019年迈入“百亿俱乐部”新台阶，2020年实现139.90亿元，较2016年增长了近三倍，利润从6.05亿元增长4倍达到30.7亿元。

李秋喜在多个场合讲到，品质决定了一个企业能走多远，营销决定了一个企业能走多快，文化决定了一个企业能飞多高。经过三年建设，汾酒品质不仅在品质上毫不放松，还全面构建起“2+2”品牌整体结构，实施汾酒与竹叶青“双轮驱动”，系统建设杏花村酒与系列酒“两大尖兵”，强力推进“打过长江”战略布局，长江以南核心市场增速均超50%，江、浙、沪、皖、粤等市场实现高速增长。

在产品上，汾酒推出了青花30·复兴版为切入点，直指千元价格带，抢占高端酒市场，实现了全系列产品整合发力。业内人士认为，青花汾酒

30·复兴版的上市，是汾酒深厚文化底蕴的又一次释放，意味着汾酒正处于“加速”模式，走向全面复兴。在文化建设上，汾酒创造性地提出了“活态文化”战略，将汾酒文化的理论化向应用化转型，赋予传统文化新的时代内涵。

此外，汾酒集团还积极推进与华润、华为的战略合作，加快推进汾酒数字化、营销信息化建设，“传统渠道+大数据+新零售”全新模式的开启，将创新动能逐步转化为发展势能，营销系统精细化管理水平不断升级。

在今年4月，山西汾酒同时发布的2020年年度报告和2021年一季度报中显示，公司营收和净利润全部实现增长。其中，2020年全年公司实现营业收入139.90亿元，同比增长17.63%；归属于上市公司股东的净利润30.79亿元，同比增长56.39%；2021年一季度报显示，公司实现营业收入73.32亿元，同比增长77.03%；归属上市公司股东净利润21.82亿元，同比增长77.72%，实现了2021年的开门红。

站高谋远 瞄准“第一历史文化名酒”目标

面对汾酒改革和取得的成就，李秋喜认为，汾酒改革的成功关键在于山西省委省政府对国企改革的高位谋划和省国资委的强力推进，在于最大限度地激发创新创业主体的内生动力，在于全体汾酒人形成了强大的改革合力，在于正确把握和处理好了“党建与经营、当前与长远、整体与局部、增量与存量”4个关系。

汾酒改革样本的实践证明，坚定不移跟党走，开拓创新谋发展是实现企业振兴强大的必由之路。作为中国白酒的三大主流香型之一，清香型白酒文化底蕴深厚、酿造技

艺精湛、产品风味优雅，领头羊汾酒集团正以求真务实的作风、兢兢业业的态度、百折不挠的精神、敢于担当的勇气，向着“跻身行业第一阵营”“三分天下有其一”的目标迈进。不过，要达到汾酒的全面复兴，李秋喜则认为，要从三个层面来理解：从品牌角度看，是要实现“第一历史文化名酒”的奋斗目标；从企业角度看，是要成为引领中国白酒高质量发展的主导力量；从汾酒人角度看，则是要让每一个热爱汾酒的人都能有高度的获得感、幸福感、安全感、满足感。

