

半个世纪团圆背后的四天冒雨奔波

——东台邮政投递员圆古稀老人寻亲梦

□向云芳



拨通电话

“文喜，是你吗？我是文英啊……”

4月中下旬的一个午后，江苏苏州的吴文英老人坐在客厅沙发上，双手捧着手机，眼角闪着泪光。屏幕那头，东台市盈河村的周文喜老人站在堂屋里，身后墙上挂着父母泛黄的照片。他凑近屏幕，声音沙哑：“是我，我都认不出你了……”

这场跨越半个多世纪的视频连线，源于一封地址模糊的“无着信”，和投递员练建华4天的冒雨奔波。5天后，一封从苏州寄来的表扬信送到了东台邮政办公室。

一封“查无此人”的信

今年春天，70多岁的吴文英抱着最后一丝希望，写下了一封寻亲信。信封上只有一个模糊的人名“周吉娣”，和一个早已过时的地址“东台四灶公社红星大队”——那是她1967年开始插队的地方，周吉娣的弟弟周文喜一家曾像亲人一样照料过她。返城后，行政区划变了，老地名没了，这一断就是40多年。

这封信辗转到了练建华手中。按规定，地址不详的信件可以直接退回。但电话那头，老人几乎在恳求：“能不能帮我找找？再找不到，可能就没机会了……”

练建华把信在桌上轻轻叩了叩，对老人说：“您放心，我帮您找。”

四天，几十次打听

练建华在投递岗位干了多年，同事们都知道他的习惯：遇到地址不清的邮件，总会在信封背面用铅笔做个记号，多问几句、多跑几趟。

他先联系了东台镇政府，又打电话给盈河村党总支书记。对方都很为难：“红星大队的老住户搬的搬，走的走，不好找啊。”

4月13日，东台下起了雨。气

农行响水县支行 举办主题演讲比赛

为进一步激发青年员工的责任感、使命感与归属感，引导广大青年立足岗位、锐意进取，将个人成长与农行发展深度融合，凝聚青年力量助力支行高质量发展，近日，农行响水县支行举办了“我所了解的响水农行”青年员工主题演讲比赛。该行各条线的青年员工同台竞技，用青春之声传递初心力量。

比赛现场，来自不同岗位的参赛选手紧扣“我所了解的响水农行”主题，以饱满的热情、真挚的语言，讲述着与农行响水县支行共成长的动人故事。他们有的回顾该行深耕地方、服务“三农”的发展历程，讲述一代代农行人扎根基层、服务客户的坚守与奉献；有的结合



视频连线



上门送信

温降到十来度，风裹着雨水往衣领里钻。练建华穿上雨衣，骑上三轮车往盈河村赶。他挨家挨户敲门，专找上了年纪的老人打听。大多数人都摇头：“太久了，记不清了。”有人劝他：“这么大的雨，别白忙活了。”他抹一把脸上的雨水，笑了笑：“没事，再问问。”

三天过去，找到线索

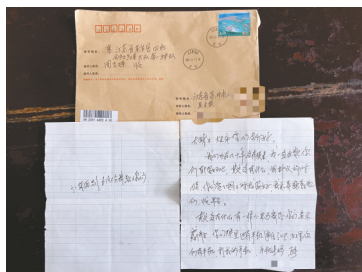
“我知道她！”

4月16日，练建华又去了盈河村。这次他走到二组，敲开了一户人家的门。开门的是一位80多岁的老太太。

他说明来意，把信封递过去。老太太眯着眼看了看，忽然抬起头，浑浊的眼睛一下子亮了：“周吉娣？我知道她！她住在一组，弟弟叫周文喜！”

练建华道谢后转身就走，走出两步又折返回来，把信小心装回口袋，跨上三轮车直奔一组。

找到周文喜家时，老人正站



寻亲信

在门口。练建华递上信，周文喜用粗糙的双手颤抖着拆开，眼眶慢慢红了：“没想到……她还记着我们……”

练建华拨通吴文英的电话：“吴阿姨，找到了。”电话那头沉默了两秒，然后是一连串带着哽咽的“谢谢”。

视频接通，两个老人隔着屏幕互相辨认。吴文英盯着墙上的旧照片，声音低了下去：“没能早点来看叔叔阿姨……”周文喜连忙摆手：“我们现在很好，我女婿还买了小汽车呢！有空去看看你！”

两人说得琐碎，谁也不舍得挂断。练建华站在一旁，嘴角不自觉地上扬。

视频结束后，吴文英转来200元钱，练建华没有接收。他把信轻轻折好，放回信封里。

雨小了。他骑上投递车，沿着村道慢慢远去。身后，周文喜还站在门口，手里攥着那个信封，目送了很久。

三等奖3名及优秀奖4名，该行领导为获奖选手颁发了荣誉证书及奖品，鼓励全体青年员工以此次比赛为契机，在岗位上发光发热，勇当支行高质量发展的生力军。

本次主题演讲比赛的成功举办，丰富了该行企业文化生活，营造了积极向上、团结奋进的浓厚氛围，推动了青年队伍建设与企业文化建设深度融合。下一步，农行响水县支行将持续关注青年员工的成长，为青年员工搭建更多成长成才的平台，引导青年员工扎根基层、奉献农行，以青春之力为该行各项业务高质量发展注入源源不断的动能。

张栋尹

江苏银行盐城分行

开展“苏超”宣传活动

绿茵赛场激情澎湃，金融服务暖心相伴。近日，2026年“苏超”联赛盐城主场首场赛事圆满落幕，盐城队力克对手稳居积分榜榜首，赛场内外热度高涨。江苏银行盐城分行紧抓赛事契机，精心组织、统筹推进，以全方位宣传、精细化服务走进赛事现场，将金融服务与体育赛事深度融合，高效开展客户拓展与品牌宣传工作，取得了良好的成效。

为保障此次赛事宣传营销工作有序落地，该行提前谋划、周密部署，做实做细各项筹备工作。该行统一调配资源，为各支行配齐助威棒、扇子等各类宣传物料，明确工作标准与执行要求，规范指导各支行运用专属“苏超”企微活码开展客户精准建联。各支行紧扣分行部署，提前筹备易拉宝、宣传海报、便携式照明灯、喇叭等现场宣传及便民保障物资，细化人员分工、明确岗位职责，全力做好赛前各项准备，为现场宣传工作筑牢基础。

赛事当天，江苏银行盐城分行统筹辖内10家支行，在盐城奥体中心内外场同步设立宣传服务点位，形成全覆盖宣传格局。其中，营业部、城中、文峰等7家支行进驻内场宣传展位，开发区、盐南高新、盐都3家支行驻守外场宣传区域，各支行严格按照时间节点落实驻点工作，外场午间即启动宣传服务，内场同步跟进部署，更有支行提前抵达现场，主动对接周边商户开展前置宣传营销，全面扩大宣传覆盖范围。

活动开始前，该行提前布局高铁站宣传阵地，张贴赛事宣传海报，延伸宣传触角，实现赛事宣传与品牌推广的全域覆盖。该行充分发挥协同联动优势，强化内部部门协作与外部异业合作，联合零售部、零贷部及肯德基等多方力量，构建跨部门、跨领域联动宣传机制，既全力营造浓厚的赛事助威氛围，又用心为观赛球迷提供贴心便民服务，以专业、热情的姿态展现该行良好服务形象。

活动现场，江苏银行盐城分行各支行工作人员坚守一线，积极向过往球迷发放宣传资料，耐心讲解金融产品与服务，细致引导球迷完成企微添加、手机银行开通等业务办理，以高效便捷的服务赢得现场群众认可。经过全天扎实推进，此次赛事宣传营销活动成果丰硕，累计添加直营企微客户1201人，新开手机银行556户，有效拓宽了客户服务渠道，进一步提升了该行品牌知名度与影响力。

王笛

南京银行盐城分行

落地首笔“鑫隆e贷—主粮贷”

日前，南京银行盐城分行成功落地首笔“鑫隆e贷—主粮贷”业务，为种粮大户授信81万元。客户在业务办理现场即完成提款，资金直接用于支付农肥款项，及时保障了春耕生产。

作为该行在乡村振兴与粮食安全领域推出的首款纯信用线上信贷产品，“鑫隆e贷—主粮贷”创新构建了“数据授信、线上操作、信用户款”的全流程便捷服务模式。产品依托主粮作物“完全成本保险”与“托市粮收购价”双重政策保障，面向江苏省内从事水稻、小麦规模种植且投保完全成本保险的农户，单户授信额度最高100万元，以保险覆盖的种植面积作为关键授信依据，有效解决了传统农业融资中抵押物不足、流程烦琐等痛点。

业务推进过程中，该行总分支携手新希望金融科技深入一线，通过走访种粮大户、开展产品推介与需求对接，精准匹配农户春耕资金需求，确保创新产品迅速落地见效。这一实践不仅体现了金融机构对粮食安全战略的积极响应，更通过科技赋能打通了金融服务“三农”的“最后一公里”。

朱玉莹