一家三战友 奉献战疫“家”力量

佛山市“最美家庭”、南海民警耿庆环一家三口在抗疫中并肩作战

在南海民警耿庆环家的电视柜显眼处，摆放着一张有些褪色的“一元”结婚照。照片中，耿庆环、郑国梅夫妇俩身穿结婚礼服坐在前面，穿校服的女儿耿晖站在两人身后。这张源于照相馆“一元拍照”促销活动的结婚照，是耿庆环一家为数不多的全家福之一。“结婚时，因为条件不太好，我们没有拍结婚照。后来丈夫工作忙，一家人很难凑一起，以后一定要多拍些照。”郑国梅不惧时光走远，但心中仍留有遗憾。

这个由警察和医生组成的家庭是佛山市“最美家庭”，有着“舍小家顾大家”的“最美”家国情怀。在小家庭里，他们是相伴30年的夫妻、和睦相处的家人；在社会“大家庭”里，他们是不言劳苦的战友，是相互理解的家属。新冠肺炎疫情发生后，这一家三口变成并肩作战的战友，奋战在抗疫一线，互相鼓励、各自坚守。

■耿庆环一家三口在结束战“疫”后的合影。（通讯员供图）

一家三口的家风传承

“我们家很简单，就是和谐的一家三口。”郑国梅时常感到庆幸，自己拥有一个平凡但幸福美满的家庭。耿庆环与郑国梅相识相爱于军营，既是夫妻又是战友。转业后，两口子一人从医，一人转业从警，事业稳定。女儿耿晖健康成长，大学毕业后也选择加入南海警队，一家三口手紧握在一起。

无论是在军营还是在警营，耿庆环都是更忙的一方。以警队工作为例，巡警负责辖区各项应急处突任务，耿庆环需要时刻紧绷神经，经常以单位为家，即便在家休整也要随传随到，家中事务更是无暇顾及。

郑国梅于是主动负担起家中的主要事务，解决耿庆环的后顾之忧。“在家，他基本是‘甩手掌柜’，不用管家里的大小事务。”郑国梅说。

夫妻俩互相信任扶持，携手走过30年，成为子女最好的榜样。28岁的耿晖，洒脱自信，笑起来眼角微微上扬。她乐观独立、做事认真的性格，源于部队大院的环境熏陶和父母的言传身教。

“我们不会给孩子压力，从小就让她自由成长，但会明确原则性要求，会有意识地培养她坚韧、勇敢、独立的性格。”耿庆环坚信，良好的家风教育不仅是家庭和睦的关键，也是社会和谐稳定的基础。

耿庆环记得，有一次家庭出游爬安徽黄山，山路崎岖陡峭，爬到半山腰时不少孩子都打退堂鼓。唯独耿晖在他的鼓励陪伴下，走了4个小时最后登顶，当时耿晖才3岁。后来，这段让耿庆环骄傲的回忆，也被他洗印成一张张彩色照片，压在家中客厅方桌的玻璃板下。

“父母对我最大的影响，就是教会我要做一个积极向上、对社会有用的人。”这是父母在身体力行中教会耿晖的。高考后，耿晖在父母的建议下报考军校，但因身体条件未能考上，她没有丧气，选择了另一个普通专业。

父辈的一言一行，早已镌刻进了骨子里，“子承父业”似乎成了自然。2017年5月，大学毕业的耿晖成为一名辅警。当她穿上制服英姿飒爽地站到父亲跟前，父亲笑意深沉，拉着她的手连声说“好”。

一家三口的战疫记忆

“我一个人挺好的，你们不用担心，如果我身体不舒服自然会找你们。”今年端午节后，郑国梅将独居的母亲送回广州，临走前，她的母亲叮嘱道。

这是今年春节以来郑国梅首次与母亲见面，还是因为母亲心脏出现不适，才让郑国梅带她去看病，顺便吃了顿团圆饭。郑国梅的母亲知道，女儿、女婿和外孙女分别在不同的岗位上抗击疫情，因此她不轻易打扰这“一家三战友”。

“每天24小时，除了睡觉、吃饭，就是干活。”在耿庆环的抗疫日记中，他这样说。新冠肺炎疫情发生后，为守好黄岐这一佛山“东大门”，耿庆环和他的队员们始终冲在前线、守在一线，神经时刻紧绷，丝毫不敢松懈。

除日常检查工作外，耿庆环还要确保黄岐辖区内5个联合检疫检查站的正常运转，包括各检查点的设置及人力、物资的调配。最快的时候，耿庆环仅用2个小时，就通过协调各方力量，让一个检查站运作起来。

与此同时，郑国梅也向医院递交了申请书，申请加入三人排查小组，支援社区疫情防控工作。郑国梅还记得，3月中旬的某日，黄岐沙溪社区多户居民将结束集中医学观察。结束集中医学观察前一日，居民们跟郑国梅说，希望第二天早点到来，结束相关手续后他们就能外出了。

结果次日突降暴雨，为了履约，郑国梅等人在风雨中穿行，挨家挨户做收尾工作。等完成所有工作后，郑国梅早已浑身湿透，雨鞋里都灌满了水。

对于耿庆环、郑国梅夫妇来说，投身战疫是理所应当的。“在军营里，我们曾去到更为艰苦的地方磨炼。有了这些经历，对我们来说，此后遇到的所有困难都不是问题了。”郑国梅说。

相较于父母，耿晖的责任担当中还多了一份稚嫩，这是她参加工作后迎来的最大挑战。起初，耿晖会担忧，但在父母前辈的帮助下，她迎难而上，主动加入女子抗疫先锋队，和大家一起做好所内后勤保障工作。

为了避免交叉感染，从大年初二返岗至疫情形势好转期间，一家人都没有碰面，只是每天在家人群里打卡报平安。“这次一家三口并肩作战，是我出生以来记忆最深的关于我们家的一件事。”耿晖说。

文/珠江时报记者 杨慧 通讯员 邹韵琪

推广

盐步老龙礼俗文化走进农行南海盐步支行

盐步老龙距今已有588年历史，其谦和礼让、交友结亲的故事深入人心、名声远扬。作为广东省非物质文化遗产，盐步老龙礼俗文化省级传承人邵钜熙带着盐步老龙礼俗文化走进中国农业银行南海盐步支行，让市民近距离感受大沥本土传统文化的精髓与魅力。

农行南海盐步支行坚持以礼立行，在客户服务和员工管理上的理念与老龙文化中展现的精神特质十分契合，他们结合老龙文化提炼出“明礼、守信、传承、创新”的文化服务理念。

■传承人邵钜熙讲述盐步老龙的故事。

另外，农行南海盐步支行致力打造弘扬传统文化的宣传阵地，从提升客户体验的角度出发，在氛围布置中融入老龙文化，着重对大堂内的公众教育区、休闲阅读区、爱心驿站进行了升级改造，引进有声图书，新增智能自助设备，让客户在办理业务的过程中获得更好的文化体验和更便捷的服务。

盐步老龙礼俗文化省级传承人邵钜熙介绍，盐步农行对于盐步老龙以及当地的龙舟文化推广都很重视。盐步老龙内涵的龙舟文化，那种奋力拼搏、大家相互礼让的精神，已经在盐步传扬。如今，市民来农行办事，可以让他们多一个渠道了解到盐步老龙的历史、盐步龙舟的文化，十分有意义。

观看完盐步老龙展示的客户李先生认为，盐步老龙这个文化推广做得非常好，作为市民，能在盐步农行近距离地欣赏盐步老龙，了解其文化底蕴，非常棒！客户朱小姐表示，农行不断做好创新金融服务，最直观的感受是以前办理社保卡需要三个月，现在来农行5分钟就可以办好一张社保卡，方便快捷。

农行南海盐步支行党委书记、行长何丽敏认为，农行南海盐步支行作为扎根于盐步地区二十几年的银行机构，与盐步老龙“谦和礼让、竞争有道”的文化非常吻合，农行非常认同这个文化，希望通过弘扬传统文化，让客户一边感受农行贴心、周到的服务，一边感受历史文化，将盐步老龙文化传承下去。

（佛山电视台大沥广播电视站、农行南海盐步支行）

佛山建行助市民“守住‘钱袋子’”

■建行员工为市民提供金融咨询服务。

为广泛普及金融知识，有针对性地开展宣传教育活动，佛山建行积极组织辖下营业网点开展“守住‘钱袋子’”宣传活动。

据了解，活动围绕“个人信息保护宣传”“防范电信网络诈骗宣传”“支付安全宣传”“防范非法集资宣传”“理财知识宣传”五大主题内容开展宣传。佛山建行通过在网点的营业大厅、企业单位、楼盘、社区派发宣传资料和宣传折页，利用张贴海报、LED电子显示屏、液晶电视等播放宣传标语和口号等渠道开展宣传，并为前来办理业务的客户提供现场咨询服务。（陈修仪）

太平人寿佛山分公司总经理贺文艺获颁“2019中国寿险年度经理人奖”荣誉称号

8月7日，太平人寿佛山分公司党委书记、总经理贺文艺受邀出席第五届“国际保险节”，并获颁“2019 中国寿险年度经理人奖”荣誉称号。

作为国际保险业最高规格盛会之一，本届“国际保险节”以“为爱前行，重塑价值”为主题，旨在坚定行业前行信念，凝聚制胜未来磅礴力量，助力保险业全面发展。

2019年，太平人寿佛山分公司在总公司的领导下，保持着较高水平的增长，成为佛山寿险市场上一支强劲的生力军。2019年，太平人寿佛山分公司个险、银保价值保费逆市正成长；个险、银保13个月继续率指标市场排名保持行业领先，连续两年达成系统“超五星”，在系统内外赢得口碑。凭借创新高效的经营思路及管理举措，贺文艺获评“2019 中国寿险年度经理人奖”荣誉称号。

今年新冠肺炎疫情发生以来，太平人寿佛山分公司主动承担央企成员单位的责任与担当，统筹推进疫情防控和复工复产，同时发挥保险保障功能，助力一线抗疫斗争，获得地方政府及总公司的一致肯定，分别荣获佛山市“疫情防控表现突出单位”和“复工复产表现突出单位”双项荣誉称号，以及全系统“疫情防控先进集体”。

（纪欣仪）

■太平人寿佛山分公司总经理贺文艺（左一）获颁“2019中国寿险年度经理人奖”。

中国平安位列《财富》世界500强第21位 全球金融企业第2位

8月10日，2020年度《财富》世界500强排行榜揭晓，中国平安凭借持续稳健的业绩增长，以1,842.8亿美元的营业收入位列全球榜单第21位，较去年上升8位，全球金融企业排名第2位，在中国入围企业中排名第5位，蝉联中国内地混合所有制企业第1位。

《财富》世界500强榜单被视为衡量全球大型上市公司最权威的榜单，以公司年度收入和利润为主要评定依据。榜单显示，今年500家上榜的全球上市公司总营业收入达到33万亿美元，创下历史新高，接近中美两国GDP总和。今年，中国大陆（含香港）公司数量达到124家，历史上第一次超过美国（121家）。

2019年，中国平安深入推进“金融+科技”“金融+生态”战略转型，持续提升数据化经营能力，整体业绩及核心金融业务持续稳健增长，科技赋能成效显著，生态赋能效果初显，综合金融用户数、客户数、客均合同、客均利润均有明显增长。

2019年，公司实现营业收入同比增长19.7%至11,688.67亿元；公司归属于母公司股东的营运利润同比增长18.1%至1,329.55亿元；归属于母公司股东的净利润同比增长39.1%至1,494.07亿元。截至2019年底，公司个人客户数首次突破两亿，互联网用户量达5.16亿，全年新增客户数3,657万，其中40.7%来自集团五大生态圈的互联网用户。

2020年，中国平安品牌价值持续提升，名列《福布斯》全球上市公司2000强第7位，BrandZ™全球品牌价值100强第38位，蝉联全球保险品牌第1位。（陈慧炜）

佛山建行大沥支行开展规范守则教育党团主题党日活动

近日，佛山建行大沥支行党支部到网点周边的街市开展“规范守则教育”党团活动。

本次“规范守则教育”实践活动主要由党员干部带头讲解，通过深入浅出的介绍，为群众解惑答疑，同时还对常见的金融诈骗进行了举例，提醒大家要小心谨慎，谨防上当受骗。活动中，各党员同志充分发挥先锋模仿作用，用专业的知识为群众提供服务，获得了广大群众的认可和夸赞。

佛山建行大沥支行党支部表示，佛山建行将继续开展“规范守则教育”系列活动，积极发挥基层党支部战斗堡垒和党员、团员先锋模范作用。（陈修仪）