

和往常一样,王海斌总是手握方向盘,在杭州市区里穿梭着,哪怕是在儿子高考出分日,“我听到儿子考上重点大学的时候很平静,因为儿子成绩一直很好,那个分数在我意料之中。”

10年前,王海斌放弃了印刷厂干了十多年的“两班倒”工作,改行做滴滴司机。在他眼里,没有什么比陪伴儿子王艺乔更重要,那时的王艺乔刚上小学三年级。



400名司机子女被授予“滴滴橙果奖学金”,他是其中之一 老爸改行开滴滴,只为给儿子更多陪伴

今年是滴滴“橙果计划”举办的第六个年头,作为国内首个关注网约车司机子女教育发展的公益项目,今年有超过1.86万个司机家庭报名,400名司机子女被授予“滴滴橙果奖学金”,其中浙江有29个,王海斌的儿子王艺乔就是其中之一。

王海斌刚开始跑滴滴的时候,儿子还是一名小学生。“他当时不懂我为什么要出来跑滴滴,只知道我换了份工作。”

陪伴的时间多了,父子俩的业余生活也变得充实起来。“我陪他去游乐园玩海盗船,还带着他去医院做志愿者,到现在为止,他在社区累计了600多个小时的公益工作时长。”王海斌眼里,王艺乔的性格是属于偏外向型的,“他擅长鼓舞团队,讲团队精神,在团队组织性方面他也很很有天赋。”

谈起“带孩子”的经验,王海斌说,在跑滴滴的这段时间里,除了接送乘客,他还经常会向乘客主动请教,学习知识,比如遇上当老师的乘客,他就会与他们探讨教育方面的问题。“对我来说,跑滴滴的灵活性并不只在时间分配上面,还在信息获取方面。”

王艺乔初中在临平信达外国语学校上学,每周五由王海斌接回家,周日再送回去。到余杭高级中学上高中后,王艺乔回家的频率更低了,特别是到了高三,有可能要半个月才回一次家。“儿子住校的日子里,我会跑跑远的单子。”北上跑苏州,东去普陀山,南下到金华,王海斌有了更自由的时间支配。

这些年,王海斌工作家庭两不误,9年换了两部车,累计安全里程达70多万公里,对他来说,既能好好工作,同时又能够顾家,才是真正的“圆满”。

知道儿子成绩的时候,王海斌很“淡定”。“670分,很不错的分数了。”王海斌听到儿子成绩的时候还在外面跑,“我当时就给了他一个意见,这个分数过了浙大的分数线了,但是选不上好的专业,不要为了浙大的名字去选浙大。”最后,王艺乔听从了父亲的建议,选择了西北大学航空航天专业。

现在回想起来,王海斌觉得自己当时换工作的决定是正确的,“我不敢说自己在儿子的求学道路上产生了多大作用,但我不跑滴滴的话,这么多难忘的亲子时光肯定没有了。”

说起今后的打算,王海斌很淡然,接下来要继续做好自己的工作,儿子上学有什么需要的,全力支持,“我了解到,接下来他很可能会有去哈萨克斯坦或者俄罗斯留学的机会,无论怎样,一切顺其自然。”王海斌说。

2021年以来,“橙果计划”由滴滴公益和中国青少年发展基金会共同实施。截至2023年8月,“橙果计划”已惠及近5万个网约车司机家庭,共为近1000位司机家庭子女颁发了“滴滴橙果奖学金”。

【福利】

滴滴专项补贴来了

活动期间,每位用户可领取2张8.5折滴滴打车优惠券(每张最高抵扣20元),领取后7天有效,乘坐快车、特惠快车、滴滴特快均可使用,券包数量有限,先到先得,扫描二维码即可领取。目前各大应用商店均可下载滴滴App。



本报记者
楼纯

率先入局大师监制级鲜罐咖啡新赛道后,近期再次加码 娃哈哈上新,椰子牛乳俘获“椰味爱好者”

椰奶、椰子水、椰子冻、生椰拿铁……随着椰味爱好者群体不断壮大,椰子类饮品占据了各大品牌的产品榜榜首。时刻瞄准消费者需求的娃哈哈也将目光聚焦于“椰子元素”上,近日,娃哈哈官宣新品“娃哈哈椰子牛乳饮品”。

据介绍,此前,娃哈哈已率先入局大师监制级鲜罐咖啡新赛道,推出新品咖位咖啡饮料,其中“生椰拿铁”口味获得了许多消费者的喜爱。该产品选用高山阿拉比卡咖

啡豆、新西兰进口奶源,由Q-Grader咖啡品鉴师监制,SCA烘焙师精心定制咖啡烘焙曲线,道道严苛工序已经造就了咖位的独特风味,再加上“高温喷淋滴滤”及“瞬时锁鲜技术”,生产上采用目前业界先进的无菌冷灌生产线,更是进一步提升了咖位饮品的优质口感。

收获了正向的市场反馈,娃哈哈的这股“椰风”愈吹愈烈。

近期再度加码,官宣新品“娃哈哈椰子牛乳饮品”,当牛奶撞上椰子,牛乳蛋白加上植物椰浆蛋白,双蛋白营养加倍,迸发出醇厚香甜口感。椰子牛乳精选新西兰进口奶源,产品中牛乳(复原乳)含量超30%,东南亚速冻椰肉浆含量高达30g/L。

“椰子牛乳有着丰富多元的饮用场景,可以作为营养佐餐、日常饮品、DIY特调等。面对越来越多元化、个性

化的消费需求,椰子牛乳的特调属性在很大程度上满足了大家的个性化口味,有消费者反馈喜欢在这款产品中加入咖啡,这种DIY方式也让消费者在饮用的过程中既感受到美味,又体会到趣味。”娃哈哈相关负责人表示。

找到了“用户价值”的题眼,娃哈哈近几年在产品上新、营销创新、品牌焕新上跑出了加速度。经典产品AD钙奶成功打造“今日未成年”IP,与阴阳师、DIMOO、泰迪、一人之下等强势联名,不断丰富产品内涵;新产品咖位携手携程旅行网旗下丽呈集团和旅悦集团共同打造“咖位主题房”,实现口碑与效益双赢;在刚刚过去的杭州亚运会上,娃哈哈被无数运动员“捧在手心”,在世界舞台上亮相,借助优质特色产品、亚运品牌馆以及一系列营销项目,成功向世界讲述中国品牌故事,展现中国魅力。

娃哈哈董事长宗庆后曾在采访中表示:“我想把娃哈哈建成一个百年老店,基业长青。”发展三十六年,娃哈哈始终走在聚焦实业、做精主业的道路上,面对着日新月异的消费市场,如何在变化中找到自身的不变式,是企业迈向长期主义的恒定课题,“锐意创新”是娃哈哈给出的答案。



本报记者
陈婕

美 好奇语

多元化饮品,就是既美味又有趣。