

兴业银行杭州武林支行“兴公益”惠民驿站荣膺“全国最美” 这方小天地为户外劳动者遮风挡雨

本报记者 陈晔 通讯员 梅丹

这几日,入了冬的杭城寒风凛冽,寒意袭人。下午2点,快递小哥何晨(化名)像往常一样,走进了兴业银行杭州武林支行。

他熟练地接了一杯热水,坐在椅子上看起了手机,一上午的忙碌下来,这是他难得的休闲时光。

近日,全国总工会发布2023年“最美工会户外劳动者服务站点”名单,兴业银行杭州武林支行“兴公益”惠民驿站榜上有名。

最美驿站,美在哪里?让我们一起去看看。



一方小天地 走进感受一座城的暖意

28岁的何晨来自安徽,来杭州打拼已有6年,一直负责他所属快递公司体育场路一带的快递派送工作。

说起驿站,何晨至今还能清晰地回想起第一次来的情景,“那是个40℃的高温天,我派送完50多个包裹后汗流浹背。刚进银行大门,工作人员就注意到我了,主动把我引到驿站,还递给我一瓶水。”对于何晨来说,在如此疲惫的时候,能有个歇歇脚吹吹空调的地方,是一件很幸福的事。

从此,他和驿站结下了深厚的缘分。这两年多来,每逢下午的工作间隙,何晨就会来这里坐半个小时,这已经成为他的一种习惯。

久而久之,银行的工作人员和何晨也有了默契。“他们知道我只有下午才有时间过来,每次一进门,都有人和我打招呼。驿站里的纸巾、口罩、水杯等也都很齐全。”何晨说,大家就像朋友一样。

在杭州的这些年,何晨用辛苦赚来的钱在老家贷款买了一套新房。“今年提前还了部分房贷,打算明年把小孩接过来。”说到这里,他的脸上是掩饰不住的笑容。

记者看到,驿站明亮而干净,惠民用品和设施一应俱全。矿泉水、饮水机、电视、雨伞、书籍、应急药箱、手机充电器、轮椅、老花镜、放大镜……所有物品井然有序地摆放着。

在驿站,不仅能遇到像何晨这样的快递小哥,还有很多早出晚归、风吹日晒的劳动者在这里进出。

负责武林支行周边路段卫生的一位环卫工阿姨表示,近两年,每到酷暑和寒冬,她都会走进驿站歇一歇,夏天有凉茶,冬天有热水,有时候中午带了饭菜,还能在这里用微波炉热一热吃。“可比以前坐在外面风吹雨淋强多了!”

惠民驿站这一方小小的天地,为户外劳动者们遮蔽了大雨、酷暑和寒冬,也成为了他们心灵的栖息地,让他们更有底气在这座城市书写动人的故事。

传递金融温度 走出去擦亮“兴公益”品牌

近年来,兴业银行“兴公益”惠民驿站一直在扩大服务范围。如今,兴业银行杭州分行的网点几乎都开设了“兴公益”惠民驿站,每位走进驿站的劳动者都能感受到这份“家”的温暖。

事实上,“兴公益”惠民驿站从不囿于附近,驿站工作人员有时会主动走出去,把温暖和清凉送到更远的地方、最需要的人手中。

一个防暑降温的物资包、一瓶温度刚刚好的矿泉水、一盒家里正缺的口罩,亦或是一箱解渴的饮料……浙江兴业人曾顶着烈日,也曾迎着寒风,将一份份“兴意”送到户外工作者手中,在“礼轻情意重”的举动中感受户外工作者的不易。

“我已经参加过多次送清凉和送温暖活动了,每次看到对方的笑脸我都很感动。”据兴业银行杭州分行的一位员工回忆,曾有一次,他拿着一瓶水送给正在扫地的环卫工,这位阿姨怕自己手脏,所以一个劲儿地擦手,才敢来接他的水,让他深受触动,一个小小的动作彰显着环卫工阿姨对这份“善意”的珍重。

在走出去的路上,兴业银行杭州分行主动联合其它单位,扩大公益行动的覆盖面,延伸“兴公益”的内涵。走进社区、走进楼宇、走进市场,浙江兴业人用“兴公益”的脚步丈量之江大地。“这份‘爱心大礼包’真的把清凉送到了我们的心坎上,非常感谢!”今年夏天,杭州拱墅区潮鸣街道庆春商务社区收到了来自兴业人的“清凉礼”,社区物业专员为此连连道谢。

未来,兴业银行杭州分行将持续深化“真诚服务 相伴成长”的服务理念,坚守“金融为民”的初心使命,努力打造更多像杭州武林支行这样的“兴公益”惠民驿站样板,为城市的发展描绘出温情的脉络,传递金融服务的温度和力度。

唯品会礼盒销量倍增,滑雪服饰与装备快速增长 岁末消费市场现高潮 “冰雪经济”与“礼赠经济”升温

本报讯 2023年岁末,随着天气逐步回暖与佳节临近,消费市场再次迎来高潮,冰雪运动、旅行、礼赠消费成为消费市场中的关键词。

12月下旬以来,临近元旦等佳节,在诸多社交平台上,过节成为讨论最热烈的话题之一。在节日的带动下,礼赠消费快速升温。据特卖电商唯品会相关工作人员介绍,在12月22日举办的以礼赠为主题的超级品类日中,礼盒销量环比日常增长165%,同时,多个品类迎来爆发增长,黄金珠宝销量同比增长两倍。美颜纤体类产品销量同比增长218%,维生素等保健膳食销量同比增长63%。从消费趋势上看,礼赠消费的主体仍是年轻消费者,深度折扣、知名品牌、使用价值成为消费者选择礼赠产品的几个关键因素。

出游也成为人们的热门选择,携程近日发布《2024年元旦跨年游旅游洞察》显示,截至12月15日,元旦假期,国内整体旅游订单量同比增长超3倍,酒店订单同比增长超5倍,机票增长205%,跟团定制游等度假订单增长240%。

随着天气逐渐好转,“滑雪”“冰雪运动”等屡次登上热搜,户外运动的热情逐渐高涨。飞

猪数据显示,12月以来,冰雪游和海岛游成为最受欢迎的旅游商品,成交占比超两成。其中,冰雪游活动商品销量比去年增长近3倍,长白山、北大湖、亚布力、崇礼、将军山等是冰雪游囤货热门目的地。唯品会数据显示,12月以来,滑雪服饰与装备快速增长,滑雪服销量同比增长34%,滑雪手套销量同比增长89%,滑雪眼镜销量同比倍增,滑雪头盔、滑雪鞋等销量均有两位数增长。

央视网报道,根据《中国冰雪产业发展研究报告(2023)》分析,随着消费者逐渐将冰雪旅游、冰雪运动和相关消费作为度假主要内容,而非短时间“尝鲜”,中国冰雪旅游已逐渐走出“门票经济”的单一模式,不断深入开展的冰雪运动带动运动装备、餐饮住宿、交通出行等多业态共生发展。预计2023年中国冰雪产业规模将达到8900亿元,2025年将达到1万亿元,占中国体育产业总产值的1/5。

业内人士介绍,2023年末的消费热潮预计将延续至春节,出行、礼赠仍将会是近期消费市场的主题,在此趋势下,黄金珠宝、零食礼盒、运动户外、美妆护肤等品类或将迎来快速增长。

本报记者 鲁佳

