

保安大叔 玩涂鸦

垃圾分类吉祥物 小蚁哥“爬”上窨井盖

曹齐心(左一)与同事画窨井盖。



小区环境变活泼啦!最近,北仑新碶街道玉兰社区怡桂苑小区的不少居民有了这样的感受。从上周开始,大伙儿发现脚下的窨井盖变了一副模样,被画上了各种彩绘图案。其中最引人注目的是垃圾分类宣传,有以五色拼接的大手掌、吉祥物小蚁哥,还有携手保卫地球的卡通娃娃……

居民纷纷点赞,一打听,原来是小区保安通力合作的成果。

保安大叔灵机一动

昨天上午记者采访得知,前阵子为响应北仑区“清洁家园”的环境整治行动,小区物业公司提出通过涂鸦窨井盖装扮小区的想法。可一打听,请专人来干的话费用不低,不如自己上手,有意义又省成本。

“两人一组,我们一共分了4组,30个窨井盖已经画好了,还剩下十几个,等天气好了再继续!”53岁的曹齐心在怡桂苑做了5年保安,此前没有一点儿绘画功底,他可没想到有一天会“潮”得玩起涂鸦。

画什么、怎么画是个为难的事儿。“我们从网上下载图片,专门找一些简单易上手的卡通图案,本来没想到要画垃圾分类的,找着找着,突然想起来可以一举两得。”曹齐心告诉记者。

上周,公司花费2000多元网购的6桶油漆到货了,每桶足足有20公斤重,还有大大小小的刷子。装备齐全后他们就分组开工了,最

先画的是“大手掌”,手掌底色有五种,分别是红、黄、蓝、绿、黑,看起来简单,可操作起来着实不易,窨井盖表面凹凸不平,上色均匀起码得涂好几遍,最后还得用小刷子补色。第一幅画,两人就花了半天时间。

小区居民纷纷点赞

开头难,掌握了技巧后节奏就快多了,大家平均2个小时能画完一个窨井盖,物业经理也画了2幅。

最难画的还是“小蚁哥”,这毕竟是垃圾分类吉祥物,怎么也得登场亮相吧?那就只能硬着头皮慢工出细活,结果出的成品还真不赖,基本还原了“小蚁哥”俏皮可爱的形象。

“这种宣传垃圾分类的方式很接地气,居民们也乐意接受,纷纷点赞。”采访中,玉兰社区工作人员向记者介绍,垃圾分类关键在于培养居民的习惯,社区因此也想了不少招儿,比如去年下半年推出的“21天养成计划”。“我们让一些有影响力的居民代表建立微信群,把身边的人拉进来参与活动。养成计划分5天和21天,居民在把厨余垃圾精准分类并拍照上传后,就算打卡1次,如果连续5天打卡,能领到合作商家的免费早餐券,连续21天成功打卡,能获得社区赠予的礼包。”

记者得知,有了奖励制度,大家的积极性很高,目前已有500名居民参与了这个计划。

记者 陈焯 通讯员 陈红 金添盛 文/摄

象山20多辆车“火烧连营”? 消防回应:不实信息

本报讯(记者 马涛 通讯员 蔡永斌 颜稼立)昨天上午,一则15秒时长的小视频在微信朋友圈里热传,说是象山县天安路蒋家村一停车场起火,烧了20多辆车。记者第一时间向象山消防部门求证,据出警的象山消防救援中队反馈:确实有这一警情,但并无20多辆车被烧,只是多处滴落的油污带起火。

据了解,6月12日晚9点15分,象山119指挥中心接到报警:位于象山丹东街道蒋家村村口处一辆货车发生火灾,火点较多,有蔓延危险。3辆消防车共17名消防队员迅速赶往现场扑救。据象山消防救援中队颜指导员介绍,现场发现一辆白色厢式货车,车尾有明火燃烧,该辆车已行至外围道路,对里侧多辆停放的车辆暂未构成威胁。

“那里不是一个停车场,只是村口的空旷场地,停放着少数工程车、货车。”颜指导员说,地上有多处火点,但只用了4个灭火器,先后不到5分钟,就把明火给扑灭了。

至于网上热传的20多辆车被烧,颜指导员说,“看起来火势吓人,但离旁边停放的其他车辆还有一段距离。即便是起火的厢式货车也只烧了尾部,过火面积约2平方米。灭完火后,这辆车还可以发动。”

那视频上的明火点是什么?据厢式货车司机说,他的车尾装着一些柴油,量不大,不知怎么就烧起来了。在发现起火后,因一时灭不掉,他担心会蔓延到其他车辆,就赶紧把车往场外开。“路面不平,车开起来有些颠,所以一路开,柴油一路漏,而明火也就跟着柴油烧起来了。”

让会员拥有高品质的服务体验 宁波山姆会员商店,只专注会员



5月30日,全球连锁的高端会员制商店“山姆会员商店”正式在宁波开门迎客,一时间,原本在宁波的商业版图略显平淡的姚江板块,一跃成为宁波人新晋“打卡”胜地。

宁波山姆会员商店入驻的江北华润万象城,是一座地上4层、地下2层的商业综合体,其中山姆的建筑面积近2万平方米。双休日,记者驱车来到山姆会员店,虽然心里早有准备,但还是被现场的盛况小小震撼了一回,硕大的停车场一位难求,在训练有素的工作人员的指引下,竟得了宝贵的停车位。出示了之前办理的会员卡,推着硕大的推车,开启逛店模式。

行走于仓储式的货架之间,在挑高通透的空间穿行,当天虽然顾客盈门,但是感觉忙而不乱。山姆会员商店的二层主要出售家用电器、数码产品、百货、酒类等,定位中高端,其间有不少热门的高端品牌,像戴森,高端洗发品牌卡诗、施巴,X-BOX游戏机,BOSE耳机等。消费者在训练有素的工作人员的引导下,使用X-BOX当一回赛车手;也可以戴上VR眼镜,瞬间就切换到雪仗模式,或者置身篮球场来一记扣杀。在这里有很多网红3C产品,有许多都是在市场上难以购买到的。一层更是人潮涌动,高品质的生鲜产品和琳琅满目的进口商品和试吃服务吸引很多消费者驻足尝鲜。

山姆会员店,只专注会员

山姆会员店之于宁波虽然是新物种,但是其进入中国市场的时间点,却可以追溯到1996年。山姆作为国内较早的付费会员制品牌,在一定程度上开创并培育了这种观念及业态在国内的发展。

彼时,其他的外资会员制企业也陆续入驻中国市场,但在20多年的经营过程中,不少品牌后续都不再坚持付费会员模式甚至退出中国市场,而山姆会员商店却一直坚持付费会员制,且拥有了日益庞大的会员规模。据统计,山姆会员商店2019年开业的除了宁波山姆会员店,还有北京顺义山姆会员商店,该店是全国的第24家山姆店。未来,山姆会员商店将继续扩大在中国的投资,预计2020年底全国将拥有40家门店。

其中的秘诀在哪里?

有业内人士一言以蔽之,付费会员制的根本核心在于一切从会员出发,从选品、全渠道发展和会籍管理上,都围绕着如何为会员带来价值考量。这种模式代表着企业与会员之间建立起了契约,企业将以满足会员消费诉求为指导,开展商业活动。反之,任何不以服务用户为宗旨的,都是假的付费会员模式,迟早会被市场淘汰。

山姆会员店,只提供“高配”的商品和服务

山姆在中国市场屹立了超过20年,被会员接受、认可和喜爱离不开其对商业模式始终的坚持,以及对于产品标准的坚守。

在山姆店现场,记者看到了许多明星商品。生鲜区域,更是排起了长龙,而这些都是依仗会员们口

碑相传形成的。就拿那款畅销了20多年的枣泥核桃糕来说,每100盒就使用了近10公斤的大枣和核桃,配方中不含水而是用酸奶制作,配料表也非常简单。挑了款在朋友圈人气超高的榴莲千层蛋糕,拿起小勺,送入口中,那种滋味,到现在回想起来都妙不可言。

除了生鲜食物外,山姆的奶粉和尿布亦是高产出商品。山姆发展家庭为单位的会员策略,而女主人作为当家人,自然成为山姆会员店的忠实客户和宣传者。山姆会员店的许多商品,成为其他零售商竞相效仿的榜样商品,也就在情理之中了。

宁愿牺牲销售,也不让步标准

会员所享受到的高品质的商品和服务,正是基于山姆长期坚持的“宁愿牺牲销售,也不让步标准”的经营理念。

坚持收货和采购的标准,严格把控供应链安全,是山姆每天践行的基石。如果供应商和货品无法达到要求,山姆宁愿退货或退款,也不会把这些不达标的货品进到仓库里。尽管这意味着要面对来自供应商和销售的压力,但正是这种对产品和标准负责的态度,让山姆赢得了会员的信赖。

来自会员的认同,正是企业采用付费会员模式的根本动力,只有会员相信企业是真的在为会员的利益而尽力时,企业与会员之间才会建立起长久而稳定的关系。

这种长久而稳定的关系,同时也带来了稳定而持续的现金流,这也正是付费会员模式的优势和本质所在,使山姆能在服务会员的过程中,不断升级迭代,从而带给会员更高层次的愉悦体验。 记者 包佳