

永辉第二届 “717 好吃节”启幕

本报记者 焦燃

夏日消费势能叠加赛事经济拉动,我市消费市场持续升温。近日,永辉超市万达店正式启动第二届“717好吃节”活动。活动以“好好吃、好好生活”为主题,周期将贯穿整个7月。

“本届‘好吃节’以品质商品为根基,三大主题活动轮番登场,配合商品品鉴会的深度互动,把逛超市变成一场互动生活体验。”永辉超市市场经理贺聪聪表示,“717好吃节”是永辉打造的年度品牌IP活动,推出优质商品的同时,提高消费者的购物体验。

三大主题活动登场

为了让消费者在购物时吃好、玩好、逛好,本届“717好吃节”重点打造了三大联动项目:世界杯热点、夏日冰品消费、永辉自有品牌节。

依托世界杯赛事热度,永辉万达店开启“看球狂欢、嗨啤一夏”主题活动。门店打造了沉浸式观赛场景,推出覆盖熟食、酒水、零食、生鲜等品类的30余款赛事爆品。同时上线冠军竞猜互动,消费者单笔消费满额即可参与投票抽奖,猜中冠军球队可赢取品质永辉专属好礼。

冰爽一夏、快乐当下。7月1日至31日上线的永辉冰品节,助力消费者囤购夏日好物。活动拓宽清凉品类矩阵,除雪糕、冰棒外,消暑水果、水果果切、鲜爽果汁、饮料、果冻等一应俱全,满足多元消暑需求。

另外,7月20日至31日期间,永辉自有品牌节会推出优质商品最强阵容,会员首购可享92折专属福利。从富硒松花皮蛋到NFC鲜榨果汁,从鲜切猪肉脯到零反式脂肪酸食用油,近200款新品首发,所有专属商品均带有小黑标识,商品涵盖所有夏日



消费品类。

创意购物场景落地

场景创新是本届“717好吃节”的亮点之一,店内打造了10个“好好生活”小场景,分别围绕观赛搭档、冰爽夏日、花式水果、无忧出行、快乐宅家、元气早餐等热点标签展开,将跨品类商品组合陈列,给消费者带来夏日生活启发。“看球时该配什么零食”“消暑时有什么特调灵感”“晨间如何快速搞定早餐”,消费者在逛超市的同时,不经意间就能收获创意,得到答案。

本届“717好吃节”还联合可口可乐、乐事、蒙牛等头部品牌,打造高颜值、强体验的品牌馆,以“外场快闪打卡+场内主题品牌馆”双线形式,进一步强化场景氛围与互动体验。

在本月的18日、25日,永辉万达店连续举办“好好吃品鉴会”,每场邀请30至60名社群会员到店,免费品鉴30余款门店爆品。三场主题各有侧重,分别聚焦世界杯美食、品质永辉新品、夏季时令宅家好物,每场同步设置抽奖环节,为会员送上专属福利,让消费者近距离感受产品品质与服务升级。

优质商品为经营根基

去年,永辉超市提出“商品为先”战略,搭建起由大牌尖货、永辉定制、品质永辉组成的商品结构。今年“717好吃节”以品质商品为第一基石,百款重点大单品与品质永辉自有品牌矩阵集中亮相,为消费者提供品质之选。

这一商品理念,在近期永辉落地的“10大健康场景”中已得到充分验证。“现烤烘焙馆”中获得“A++级清洁标签认证”的真芯手撕包,“轻食能量站”覆盖一人食、减脂餐等多元场景,“缤纷果坊”的多拼果切与现制果饮,“新鲜零食馆”涵盖果干蜜饯、坚果、肉脯海鲜等近100个品质鲜制零食,熟食区域的现制小龙虾更是今夏的明星单品,这些场景的背后,都是商品从原料到工艺的全面提质。

从“商品为先”的战略定力,到“生活方式”的场景焕新,本届永辉“好吃节”完成了从商品力到场景力、从产品思维到用户思维的全面进阶。当消费者走进永辉万达店,迎面而来的不再是整齐划一的货架,而是一个个鲜活的生活提案,看球时的卤味啤酒、晨间的吐司果酱、夏夜的冰品果切、周末的品鉴社交,每一个瞬间都是消费者美好生活的展现。



运营堵路致车辆积水

出租车公司岂能甩锅“个人道德”

近日,市民焦先生向本报反映,他在我市通谐驾校西侧路段临时停车等候朋友时,被排队候客的出租车堵住驶离通道。突降大雨后下坡路段积水快速上涨,车辆被困近30分钟才得以驶离。事后焦先生投诉却被运营公司以“司机个人道德问题”为由拒绝处理,将运营服务责任简单归为个人道德,暴露出行业服务意识与管理责任的双重缺口。

据焦先生描述,事发当日他驾车到通谐驾校接送送车的朋友,将车辆临时停靠在西侧道路边。随后多辆运营出租车陆续抵达,在外侧排成一列候客,完全挡住了内侧车辆的驶出通道。不久后,恰逢强降雨,再加上处于下坡地势,路面积水汇集,西侧低洼处水位很快没过车辆轮胎三分之二,车内人员无法下车,车辆存在进水受损的风险。焦先生多次开启转向灯、鸣笛示意侧面出租车让行,一辆出租车始终不予回应,甚至还刻意封堵驶出角度,直到雨量减小后,该车辆才自行离开。所

幸当日雨量未持续增大,未造成人员伤亡与车辆财产损失。

事后,焦先生拨通了该出租车所属的云州区某出租车运营公司客服电话进行投诉,希望企业对司机的不文明运营行为进行约束。但客服人员表示,该事件不属于乘车服务范畴,是司机的个人道德问题,公司无权也无法对司机进行处罚。这样的答复让焦先生难以接受:“出租车在运营候客期间的行为,怎么就和公司的管理没关系?”

事实上,雨天积水的行车风险远超大众普遍认知。据国家应急管理部宣传教育中心2026年7月10日发布的公开视频显示,15厘米水深、0.5米每秒的水流速度即可冲倒成年人,30厘米水深,多数家用轿车的浮力就逐渐大于轮胎抓地力,60厘米水深的急流足以冲走SUV。事发路段积水没过轮胎三分之二,已接近普通家用轿车的涉水警戒线,若雨量持续加大,后果不堪设想。

记者查阅中华人民共和国中央人民政府网发布的《出租汽车驾驶员从业资格管理规定》得知,规定明确要求出租汽车驾驶员应当遵守服务规范、文明行车,出租汽车经营者负有对驾驶员经营行为、服务质量、安全生产等方面的教育和管理主体责任。出租车司机在运营候客过程中的行为,属于运营服务活动的延伸,并非与服务无关的个人行为。将运营中的不文明行为简单甩锅给“个人道德”,本质是企业主体责任的缺位,是服务意识的缺失。

出租车是城市流动的文明窗口,服务质量既体现在车厢内的接待环节,也体现在公共道路上的运营行为中。把管理责任推给个人道德,既寒了市民的心,也损害了城市窗口形象。相关运营企业需正视管理漏洞,强化驾驶员服务意识培训,行业监管部门也应进一步规范运营秩序,共同守护城市文明与出行安全。

(楚女)



建行煤炭支行

筑牢安全防线 护航金融运营

为扎实落实“安全生产月”部署,切实守好金融服务安全底线,近日,建行煤炭支行组织全体在岗员工开展消防安全实战演练,将理论培训与实景实操深度融合,全面检验并提升网点应急能力,为日常运营加上一道“安全锁”。

银行网点是典型的高密度公共区域,柜台线路多、自助设备24小时运转,消防安全丝毫马虎不得。演练前,网点安全员围绕干粉灭火器、二氧化碳灭火器的适用场景及操作禁忌进行逐项拆解,并对自救呼吸器佩戴、消防栓水带接驳等关键步骤作全流程演示。同时,结合网点平面图,明确厅堂与办公区两条疏散通道,细化大堂、柜台、后勤等各岗位应急职责,确保每位员工清楚自身分工、疏散路线和上报流程。

随着模拟火情信号发出,应急预案立即启动。警戒组迅速隔离危险区域,厅堂工作人员引导客户及同事弯腰捂鼻、沿预定路线有序撤离至户外安全集结点。整个过程快速顺畅、无拥挤滞留。随后,员工分组进行灭火器实操,严格按“提、拔、握、压”标准动作反复练习,针对不同模拟火源精准操作,确保人人过关、动作规范。

演练结束后,网点负责人现场复盘,逐一点评疏散速度、器材使用和岗位配合中的亮点与不足。强调要时刻绷紧安全弦,将消防技能和应急流程内化于心,确保遇险能判断、会报警、懂灭火、快疏散。

此次实战演练紧贴网点运营实际,有效强化了员工消防应急处置短板,进一步规范了火灾响应流程。

(冬梅 杨磊)

建行铁道支行

陪伴式服务助老人 跨过“数字门槛”

近日,年过七旬的赵大爷在建行铁道支行营业大厅里来回踱步,眉头紧锁。原来,老人刚换了第三代社保卡,却忘了激活,导致这个月养老金迟迟无法到账,老人急得不知所措。

大堂经理小韩一眼瞧出老人的不安,快步上前问清缘由后,将赵大爷扶到“劳动者港湾”休息区坐下,递上一杯温水说:“大爷别急,激活不复杂,我一步一步带着您办。”随后,在智慧柜员机前,小韩耐心引导老人完成人脸识别、新密码设置等操作,短短几分钟,新卡便成功激活。紧接着,小韩又手把手教赵大爷使用手机银行查询养老金余额和交易明细,担心老人记不住,还特意用大写字把操作步骤写在便签纸上,方便老人随时查看。

看到手机屏幕上出现了养老金余额,赵大爷笑得合不拢嘴:“你们这服务真周到,教得又细又耐心!”小韩顺势告知赵大爷,网点专门为老年客户开设“绿色通道”,今后若有需要可提前预约,全程有人陪同办理。

据悉,建行铁道支行始终关注老年群体金融服务需求,推出“陪伴式”适老服务,在智能设备操作、业务咨询、上门办理等环节注入人性化服务。

(冬梅 韩晓飞)