



“金牌读者”王世友收藏晚报17年, 报纸摞满小仓库

一天不看报, 生活就少了滋味

1990年,王世友开始订阅《齐鲁晚报》,1997年,王世友开始收集,按年月、版面排列整齐,坚持了17年。如今一摞摞的报纸堆满了两个房间,老人却从没想过卖掉。“每天都要看报纸,一天不看,就感觉心里空落落的,少了滋味一样。”75岁的王世友说。

文/图 本报记者 路帅



这把纪念品雨伞,老人很喜欢。本报记者 路帅 摄

《齐鲁晚报》成了他的随身物品

19日上午,记者来到南张街道地税所旁,一位老人拿着一份报纸,坐在修车摊前。他就是王世友,今年75岁,是本报的忠实读者。“《齐鲁晚报》办的不孬,大到国家政策,小到民生琐事,一份报纸全都囊括在内。”王世友高兴地说,现在晚报成了他的随身物品,只要不修车,他就会拿着报纸翻看。评论、重点、身边、娱乐、天下……谈起报纸的板块,老人如数家

珍。
“每天早上我都去邮局拿报纸,就想早点看新闻。”王世友说,一些连续性的报道总能吊起他的胃口,虽然邮递员每天都会往家送,但老人等不及,都是自己提前去邮局拿。只要一闲下来,老人便泡上一杯浓茶,坐在马扎上翻看报纸,感兴趣的新闻老人还会反复看两三遍。
而在南白村王世友的家里,最引人眼球的便是房间

里一摞摞的报纸。卧室里除了床和书桌外,剩下的都是捆好的报纸,码放得整整齐齐,而这些只是王世友收集报纸的冰山一角。在二楼的一间房里,堆放着从1997年至2012年所有的报纸,20多捆报纸被油布包裹着。“1990年家里就订报纸,1997年才开始收藏,以前的报纸都没有了。”王世友不仅收集,而且还会将自己感兴趣的做成剪报,常常翻看。

关心时事,更关注家乡的新闻

“马航飞机失踪的消息,我很关注,上面还有好几个咱济宁老乡,马来西亚是不是有信息公布呢?还有乌克兰公投的事情,我一直在关注看。”谈起时事,75岁的王世友俨然成了专家,任何国际热点问题他都有涉及,他说这些消息都是在报纸上学来的,让他和朋友聊天时特别有话说。

相对于这些国际新闻,王世友更关注济宁本地新闻。“咱们运河2005年3月21日创刊,创刊号我至今还留着。”王世友自豪地说,现在拿到报纸,他都是将《今日运河》单独抽出来看,济宁创城、大气污染防治、城建发展,这些都是济宁老百姓关心的事。
“黄广华、姬生辉、马辉、孔令茹……这些名字我都认

识,希望有天能遇见真人。”老人掰着手指头说起了记者名字,也说出了自己的一个心愿。老人还从床头拿出一把雨伞,撑开后,伞布上都是《齐鲁晚报》各种新闻,很鲜艳醒目。“这是咱报社2010年送给我的纪念品,有一次下雨进城,我打着这把伞,路上的人都回头看,还问我从哪买的呢。”说起这个趣事,老人笑得很开心。

网点建设谱新章 幸福财富惠民生

——中信银行争做“最具幸福感银行”



任城支行开业,中信银行济宁分行王中行行长致辞

3月19日,中信银行济宁任城支行正式开业。至此,中信银行济宁分行在全市营业网点达到7家,网点布局进一步完美,客户服务更加便捷。
中信银行济宁分行自1998年成立以来,始终秉承“承信于中 赢在于信”的理念,以“建设有独特市场价值的一流商业银行”为愿景,开拓进取,奋勇争先,实现了又好又快发展。中信财富险筹、中信理财、中信出国金融通等产品均在客户中享有较好的口碑。精神文明建设也结出了累累硕果,连续七年被省委、省政府授予“文明单位”称号,先后荣获山东银监局“良好银

行”、“支持中小企业贡献奖”、山东省“敬老文明号”等称号,成为最具市场竞争力的股份制商业银行之一。
近年来,中信银行济宁分行不断推进网点转型,在金行辖属内提出“精准、精心、精细”的服务要求,并在各营业网点打造了“大堂、自助、高柜、低柜”一体的多层次服务平台,通过改善营业网点环境,提升员工业务能力,减少客户等待时间,提升客户服务体验。该行以“两卡一金”为特色产品,打造“家庭财富管理体系”,在金行辖属内推出了“幸福财富”品牌。“两卡一金”包括中信信用卡、中信幸福

贷卡和出国金融服务,这一服务体系完美贴合以家庭女主人为核心的财富管理特征,针对女性、老人、子女在内提供针对性的细分服务,从而组合了对于一个家庭的专业财富管理服务。“幸福财富”品牌为广大客户提供了更加温馨的服务体验。
“作为提供服务的企业,不仅要提供优质金融产品,更要提供以客户为中心的优质服务。”在产品和服务上,中信银行通过专业、专属的金融服务以及全方位的非金融增值服务,助力幸福财富客户及其家庭的幸福生活。“这种‘幸福’不是虚拟的,而是可以触及和感受到的。”中信银行相关负责人表示,该行将幸福的理念渗透在金融服务的各个环节,通过从一个家庭真正的需求出发,弯下腰去处理理财、养老、子女出国等家庭事务,让一个家庭享受更专业和贴心的金融服务。“让银行渗透到生活的每一个角落,用贴心服务助力家庭幸福,这也是幸福财富希望传达的服务态度和理念”。
“幸福财富”的品牌标识采用家徽设计,巧寓中信银行的客户具有强烈的家庭观念,承担家庭责任,追求家庭幸福,其品牌图案源自四叶草(又名幸运草)。四叶草是国际通用的“幸运、幸福”的象征,四片叶子分别代表了“真爱、健康、名誉、财富”,也代表了该行所信四大元

素为客户及其家庭打造的优质、尊贵、独享的增值服务体系:
“真爱”寓意中信银行为客户、客户的家庭、客户所爱的每一个人献上爱心与关爱,体现了中信银行“以客户为中心”的服务理念,一心一意为属银客户家庭提供财富管理服务的专心态度。
“健康”寓意中信银行协助客户及其家庭成员拥有健康身心的美好愿望,体现了中信银行为客户及其家庭提供全面的健康增值服务的专业精神。
“名誉”寓意中信银行支持客户及其家庭成员在各处的社会生活中取得令人尊敬的位置,体现了中信银行为客户及其家庭提供的分属级、差异化、定制化的专享服务。
“财富”寓意中信银行助力客户及其家庭财富的持续保值、增值,体现了中信银行拥有以智慧创造财富、以专业能力服务客户及其家庭的专家团队。
同时,四叶草的四片叶子还代表中国文化中代表家庭幸福和谐的“四世同堂”之福,体现家庭财富代代相传、幸福代代相传的美好寓意。
以“幸福财富”作为家庭财富管理体系的品牌,从每一个中国人追求幸福的基本诉求出发,体现了中信银行为客户及其家庭营造幸福家境,突出了中信银行家庭财富管理体系的实质。中

信银行认为,财富是家庭幸福的完美支撑,幸福是财富的终极演绎,所以在业内首次提出了“幸福”的财富管理理念,而且“幸福”理念并不仅仅是概念层面的,在实际行动上,该行不但建立了吻合家庭特征的“两卡一金”服务体系,而且还属银“幸福财富”客户建立了涵盖家庭财富管理、非金融增值服务体系在内的“综合家庭金融服务”,满足不同家庭成员在不同阶段的财富、健康、教育、养老等多样化需求,中信银行通过财富管理,希望做到呵护客户家庭财富,提升幸福实力。
幸福财富的品牌涵盖了中信银行零售银行、财富管理、私人银行、消费金融、小企业金融、信用卡等各个零售银行业务领域,全方位满足了不同的客户需求。中信银行表示,愿意用真情成为广大客户的第四片叶子,通过专心、专业的专家团队,让客户得到专享的服务,做中国最具幸福感的银行,助力大众圆梦幸福。(高颖)

