

雷锋精神在身边

徐彬：
星星之火 可以燎原

□见习记者 杜林波 文/图

徐彬,今年49岁,是周口市啄木鸟志愿者服务工作委员会的一名成员。“自己成长,自己快乐。”是她成为啄木鸟志愿者后,经常说的一句话。

加入周口市啄木鸟志愿者服务工作委员会之前,徐彬经常去敬老院陪老人聊天、帮老人理发、为老人送生活必需品。这让她对志愿者的工作有了初步认识。

徐彬得知周口市啄木鸟志愿者服务工作委员会成立的消息后,便报名加入。对此,徐彬坦言,周口市啄木鸟志愿者工作委员会引导广大市民增强社会责任感,以主人翁的姿态,参与到城市建设和管理中去,成为其中一员,她感到自豪。

在周口市啄木鸟志愿者服务工作委员会组织的“爱心萝卜”送环卫工活动中,徐彬看到等待领萝卜的人比较多,便当起指挥员。为此,她从早上9点

多一直干到晚上7点多,午饭也仅是吃点干粮。

在参与志愿服务的过程中,徐彬意识到,要想让志愿服务广泛开展,单靠个人的力量是不够的,必须调动更多人的积极性,营造人人争当志愿者的良好氛围。因此,她从自身做起,发挥模范带头作用。

有一次,周口市啄木鸟志愿者服务工作委员会组织志愿者到中心城区打扫卫生。徐彬为让更多人加入其中,便把活动的现场拍成视频,转发到朋友圈。徐彬的这一举动,让很多人加入到活动中来。

为宣传周口市啄木鸟志愿者服务工作委员会的事迹,促使更多的人加入,徐彬成立了100多人的啄木鸟志愿者健步队和啄木鸟志愿者舞蹈队。经过徐彬的努力,目前有400多人加入周口市啄木鸟志愿者服务工作委员会这个群众性公益组织。

日前,徐彬打算组织一次

植树活动,没想到消息一传出,就有70多人报名参加。

采访时,记者请徐彬发张图片做稿子配图,但她找了半天,也没有找到合适的。为此,徐彬笑着说:“我一直在宣传团队,把自己忽略了。”

成为啄木鸟志愿者后,徐彬养成了学习的习惯。她说:“只有提高个人的能力素质,才能带动更多人参与其中。”

因为多次参加志愿服务,徐彬掌握的服务知识越来越多。每次遇到新加入的志愿者,她都会主动传授经验。

徐彬将一个人的坚持变成一群人的永恒,正所谓“星星之火,可以燎原”。

“我收获了许多同龄人不曾有的快乐和经历。”徐彬说,希望她的付出能为需要帮助的人送去温暖,也希望有更多的人加入周口市啄木鸟志愿者服务工作委员会这个大家庭,共同去传递一份爱心。



徐彬

建行 LINE FRIENDS 粉丝信用卡 增彩你的花“young”年华

在2019年春节,中国建设银行以一张充满“年味”的信用卡,将产品设计“玩出新花样”:绚丽烟花染红的美丽天空下,LINE FRIENDS中的超级明星——布朗熊、可妮兔和丘可,以浓浓的中国风形象,共同向龙卡信用卡持卡人恭贺新年。在这张名为LINE FRIENDS粉丝信用卡“福运连连版”的卡片上,浓浓的新春气息扑面而来。

以贺岁版信用卡的形式为客户送上别样祝福,陪伴客户度过一个有趣的新年,体现的正是中国建设银行信用卡“一心一意拥有,成其幸福永久”的温情品牌理念。

LINE FRIENDS粉丝信用卡是中国建设银行于2017年年底携手风靡全球的卡通形象LINE FRIENDS在中国大陆地区独家发行的信用卡产品。上市至今,这款产品先后推出了三套各具风格的卡面设计。2017年产品初上市,8款卡面以LINE FRIENDS特有的

糖果色配以独立或组合的形象构图,展现出亲和的卡面效果;2018年5月,推出2款“纯爱版”卡片,以布朗熊、可妮兔的情侣形象为主题,配以唯美粉色设计;2019年春节,“福运连连版”面世。至此,中国建设银行LINE FRIENDS粉丝信用卡经过不断“焕新”打造,已形成了颇具特色的产品系列,以丰富多变的风格诠释了金融产品与人气IP的深度结合,成为业内信用卡IP合作的典范,同时也对中国建设银行信用卡“人无我有、人有我全、人全我优、人优我极致”的产品创新理念,做出了生动且时尚的注解。

LINE FRIENDS粉丝信用卡上市短短一年,便受到了众多粉丝,特别是90后的青睐,首年发卡量即突破百万张。其中,七成客户为首次申办中国建设银行信用卡,近八成客户年龄在35岁以下。

在产品权益方面,LINE FRIENDS粉丝信用卡“福运连连

版”属银联白金等级产品,可享受星级酒店自助餐、下午茶两人同行五折优惠,机场CIP快速安检及休息室服务,1元机场停车等银联白金卡礼遇;凭卡片背面的“热购”Logo,可享受衣、食、娱、游、购等领域建行热购商户的优惠;持卡人通过“龙卡安心用”,可享受交易即时短信通知、盗刷高额赔付保障等服务。

值得一提的是,在LINE FRIENDS粉丝信用卡“福运连连版”上市之际,中国建设银行特别加推了限时粉丝礼遇。2019年5月31日前,新客户成功申请“福运连连版”并用卡满足条件,将有机会获赠LINE FRIENDS限量礼品一份。

中国建设银行在信用卡产品设计方面持续推陈出新、快速迭代,面对年轻群体不断“玩出新花样”,体现的正是其对年轻客户兴趣喜好的关注。中国建设银行信用卡在国内同行业中,率先实行“年

轻化”发展战略,不断提升服务年轻客户的能力,先后与变形金刚、芭比、腾讯等影响力IP、渠道合作推出具有行业独家性、广泛覆盖度的信用卡产品,收获了大批年轻粉丝。在2019年春节,中国建设银行信用卡推出既传承传统年味,又彰显现代时尚的主题信用卡,在表达对持卡人的美好祝福的同时,进一步提升在年轻群体中的品牌亲和力 and 影响力。

卡片详情及申办相关,请在微信公众号“龙卡信用卡”发送“line”了解更多。

(杜红升 晏辉 梁静)

