

七旬老妪深夜迷失冰冷街头 好心人带其回家发微信求助

朋友圈爱心接力 帮老太找到家人

□晚报记者 朱东一 文/图

核
心
阅
读

3月3日晚，一位老人颤颤巍巍地走在周口市周口大道桥上，雷女士看到后上前询问，老人却答非所问。初春的夜晚天气寒冷，雷女士将老人领回自己家中，给老人做饭，同时帮助老人寻找家人。最终，通过微信朋友圈，众人爱心接力，帮助老人找到家人。



老人的信息被转发



走失老人

1 夜晚老人独自一人走在桥上

3月3日21时许，家住周口大道建业森林半岛小区的雷女士开车回家。途经周口大道桥时，雷女士看到一位老人颤颤巍巍地走在桥中间。“我心里十分疑惑，天这么晚了，怎么老人一个人走在桥上呢？”雷女士说，她把车停在路

边，走到老人身旁询问情况，却发现老人答非所问且神志不清。“当时我也没多想，只觉得天这么晚，过往车辆的车速很快，我担心老人的安全，就把老人扶到车上，然后拨打了报警电话。”

2 雷女士带老人回家

很快，文昌路派出所的民警赶到现场，雷女士和民警一起将老人带到救助站。“救助站的工作人员说，这位老人是走失的，不是流浪人员，所以无法救助。”雷女士说。

22时许，老人一直拉着雷女士的手

不肯跟民警走，最后雷女士将老人带到自己家中。“谁家没有老人啊，她晚上走丢了，我想她的家人肯定很着急。”雷女士说。

到家后，雷女士给老人做饭，又想办法帮助老人寻找家人。

3 想办法帮助老人找家人

待老人吃完饭，雷女士同她沟通，她依旧是答非所问。最后，老人说出了两个名字，田国勤、田国英（音），称他们是自己的孩子。报警后，雷女士在民警的帮助下查找老人说出的名字。“老太太腿不太方便，走路非常慢，我想她应该就在周口大道附近居住。在民警的帮助下，从东新区附近居民信息中，有一位居民的名字与老人说出的相同。不

过，我打电话确认时，对方称自己的母亲已去世多年。”雷女士说。

随后，雷女士将老人扶到卧室休息。雷女士通过微信朋友圈、QQ群等多种方式发布老人的相关信息，“求紧急扩散：今晚9点多在周口市体育中心附近桥上发现一老太太（疑似老年痴呆），六七十岁，腿脚不太好，个矮。有知情者速联系。”

4 朋友圈爱心接力

雷女士的丈夫说：“我们两个人得上班，老人一个人在家，我们也不放心。所以，今天我们请假继续帮助老人寻找她的家人。我们也跟媒体联系，希望有更多人一起帮助老人。”

3月4日9时许，雷女士接到郭女士的电话，她说亲戚在朋友圈中看到了这条信息，称老人很像她的母

亲。

20分钟后，郭女士和家人来到雷女士家。刚进门，郭女士看见门口的鞋便说：“这是我妈的鞋。”老人的儿子吴先生和儿媳郭女士见到自己的母亲安然无恙，哭着抱住她，老人见到自己的儿子、儿媳也哭了。

5 老人走丢 家人心急如焚

据了解，老人姓田，今年78岁，与儿子吴先生一起生活，住在中州大道附近的新街。老人所说的田国勤和田国英其实是她弟弟和妹妹的名字。郭女士说：“3月10点左右找不到我妈了，我们全家人都去找，也告诉亲戚让帮忙一起找。”郭女士、吴先生和他们的亲戚找老人，一直找到4日凌晨2时左右。“我们一边找一边报

警。”吴先生说，“9点多，一位亲戚说他在微信朋友圈中看到一条信息，图片上的老人像是我妈，所以我们就跟雷女士联系。”

据介绍，老人患有阿尔茨海默病，平时老人的活动范围只是在她家附近。一般情况下，老人出来后自己知道回家。

6 雷女士和丈夫常做善事

据了解，雷女士是周口市公安局的一名警官。采访时，雷女士一直说帮助老人是自己应该做事，不想因此被报道。后来，记者从雷女士的邻居

口中得知，雷女士和她的丈夫经常做善事。雷女士曾捐献过骨髓，她的丈夫2014年在周口大道桥上救下一名试图轻生的市民。 线索提供 刘先生

农行周口分行“四力”推动个人存款持续快速增长

2015年以来，农行周口分行强化网点管理，提升优质服务，狠抓机制保障，推动了个人存款迅速增长。截至2月底，该行个人存款余额达323.2亿元，较年初增加35.2亿元。

一、强化宣传添活力。精心制作“向客户拜年，欢迎民工返乡”的专题宣传广告片、广告稿，通过电视台、广播、影院屏幕、ATM待机画面等多种载体播放，积极宣传农行形象。在网点营业大厅统一置放产品宣传折页、张贴宣传海报，通过支行短信平台、网点LED显示屏不间断发布产品信息。在全市开展“春联一条街”、“欢送务工人员回家过年”

等宣传活动；在高速路口、社区楼道宣传栏、各县市出租车上滚动农行广告等进行户外显要位置大力宣传农行产品，触动全市人民视角。

二、强化管理凝助力。各支行行长每周至少一天、主管行长每周至少两天深入网点营销督导，网点负责人每天不低于70%的时间在大堂；加强大堂经理排班管理，确保大堂经理不缺岗；充分发挥客户经理、大堂保安作用，做好客户引导分流营销。在辖内网点开通Wi-Fi网络，提升客户体验；做好ATM机、自助发卡机等日常维护和巡逻，备足备齐加钞现金，确保机具不缺钞、不损

坏、不罢工；采用挂进度、挂贺信、挂督办函及每天短信提醒、每天邮件提醒的方式督导各支行增存。

三、强化服务聚合力。继续推进标杆网点“6S”管理，在网点设立贵宾客户绿色通道，配齐个人客户经理；在全辖组织开展“两送一问”活动，对使用我行产品的客户不定期打电话，征询客户意见，并及时上门辅导，将金融知识送到千家万户。在各支行开展“神秘人”检查、本行现场检查和非现场检查等服务评比活动，根据结果以及投诉情况，在网点考核中实行倒扣分制，奖优罚劣。安排专人现场视频监控，现场喊话，每周服务

挂网通报、公示。

四、强化营销提效力。积极开展“六进”、“扫街”等营销活动，对重点个体户群体和街道商业户、小区楼盘户进行全覆盖式定向营销，逐户采集客户信息资料，建立客户档案。各支行成立“三农”金融服务小分队，深入村组田边地头，宣传营销产品和服务，从源头抓好农民工工资收入、收购资金回笼工作。筛选农行现有产品，对客户实行分类供需配对，重点发挥理财、电子银行、代发工资、资金归集等产品和服务的引存稳存作用，帮助客户实现资产增值，稳定农行存款。（农行）