

79岁“奥数爷爷”送给贫困生数学希望 一场别开生面的特殊“家访”



本报讯(和柯旭)2月11日下午,79岁的“奥数爷爷”包善贤背着鼓鼓囊囊的帆布包,来到上城区闸弄口街道某小区,进行一次特殊的“家访”。帆布包里,装着助学红包及自编的数学教材,还有为答疑准备的正方体道具。

此前,包善贤委托浙江老年报刊登了一份特殊的“寻人启事”。他提出,想把人生的最后一笔编书稿费约9000元,当面交给一位品学兼优的小学生,家庭困难或外来务工子女优先。在包善贤的讲述中,记者了解到,这位老人免费答疑教学十余载,并将自己编撰教材的稿费全部用于公益捐助。

“寻人启事”发布后,在上城区关工委的帮助和滴水公益组织的支持下,我们找到了一名学子。

张强(化名)是一名小学二年级学生,随父母从安徽来杭,他成绩优异,尤其喜爱数学。

当天,我们与包善贤一同来到张强家中,一进门,就听到张强和姐姐正在讨论数学题。这是一间不足40平方米的出租屋,泛黄的墙纸上,是姐弟俩的涂鸦,包括张强奶奶在内的一家五口三代人居住在此。记者了解到,张强的父亲待业在家,母亲是一名销售人员,姐姐目前就读于小学三年级。

包善贤看到张强的学业表现和家庭状况后,深受触动。他决定不仅资助这位贫困学生,还希望通过自己的知识和经验,为他提供一对一的数学辅导。

滴水公益理事长周伟表示,包善贤的举动不仅是对张强个人的帮助,更是善意与爱心的传递。

在完成公益捐款的转交仪式后,包善贤询问姐弟二人:“最近在学习中哪里有不理解的地方?在学校里,对什么学科最感兴趣?”张强想了想,回答道:“最喜欢数学。”包善贤听后,马上从背包里拿出一张印有几道题的测验卷,姐弟俩立

马拿起笔就开始了演算。在做到“如何用尺子量出一个正方体的对角线”这道题时,包善贤拿出准备好的4个正方体道具和专门准备的教材《从课本到培优》,讲解疑点难点。随后,三人针对数学题展开热烈讨论。

两个多小时后,包善贤与张强依依不舍分开,他拉着周伟的手说:“只要有外地来杭的贫困学生,只要是想学习的学生都可以免费加入到我的学习答疑群中,还要麻烦你多找一些学生。”

周伟表示,他们会积极配合包善贤的这一善心良举。

扎堆上新的“第一家”,有何魅力?

本报记者 张文利

开年以来,多家首店正在遍地开花。无论哪座城市、哪个品牌,似乎每个首次入驻某区域,都能得到热情迎接。为什么这些首店能得到消费者的另眼相看?三个“新”的关键词不容小觑。

“阿嬷手作”线下门店排队情况 张文利 摄

新鲜感:

自带标签吸引“头回客”

前段时间,广西茶饮品牌“阿嬷手作”在杭州万象城开出浙江首店。

“难度堪比春运抢票。”小林提前定好9时55分的闹钟,直到第三轮,终于点好了两杯奶茶。两个小时后,小林把“战利品”取了回来,心满意足地发了条朋友圈。

“首店往往贴着‘网红’‘唯一’‘潮流’标签,可谓自带流量,吸引大量的‘头回客’消费。”在浙江理工大学社会工作系教授金碧华看来,首店在话题流量上占据绝对优势。据不完全统计,仅以杭州为例,近3

年引进各类首店700余家。

新场景:

“会整活”激发潮流新主张

什么样的首店更受欢迎?“会整活”算是其中一个重要因素。

走近宁波K11万象城内的城市首家茑屋书店,宛如进入一艘“大陆版船坞”,脚下踩着的是船舱上的木甲板,触碰到的是集装箱的凹凸感,巧妙融合了甬城这座港湾城市的“本地味”和“国际范”。

“好像什么都卖。”初次过来的消费者方先生表达了自己的感受。

纵观各地,这样“界限模糊”的首店业态正在不同的城



市陆续上演。纷至沓来的“首店+”新玩法,统统指向一个关键词——创新。

新合力:

打造消费聚集地

随着浪潮翻涌,消费环境会随之发生怎样的变化?跟着义乌本地“探店达人”小优来一场“首店walk”。

“先去Orange season买一套逛街‘战袍’,然后直奔泡泡玛特,晚上再和姐妹去达美乐吃一顿豪华尊享披萨,顺便拍点照。”这些打卡路线都有一个

共同的大本营——绣湖商圈。

除了去年新开业的义乌天地,绣湖商圈还聚集着义乌银泰、义乌之心、绿地朝阳门等多个商业综合体,打造出专属于义乌的“首店版图”。

近3年来,义乌已引进超200家品牌首店。去年中旬,义乌天地开业第一天就涌入18万人次,很多商家都直呼“接不住”,实力演绎“开业即爆火”。

向好的消费数据,证明首店经济正成为商圈新的“流量密码”。我们期待,持续上新的首店继续带来新惊喜。