

“专属快递格”让居民不再找不到快递

快递无需挑拣“即拿即走” 方法出自居民的“突发奇想”

新闻 从现象到真相
欢迎爆料:63529999

见习记者 姚沁艺

如今,闵行区古美路街道“东兰四居”居民区的金汇豪庭小区门口,常常出现这样的景象:居民拉着小推车来取自己的快递,顺手把整栋楼的快递都运了回去。跟着取快递的居民进入楼栋大堂,人们会发现:楼栋大堂的空地上用胶带划成了“小格子”,每个格子都贴了门牌号,居民只需按门牌号把快递放到格子里,再拍照发到所在楼栋群,整栋楼的邻居就都知道谁的快递已经到了。

“用了这个方法,我们小区收发快递的效率和准确率都提高了一大截。”万科金汇豪庭物业服务中心经理牛英拓说,“专属快递格”这个方法最早出自一位居民的“突发奇想”。



楼栋大堂划分了小格子,每个小格子都贴着门牌号。 /见习记者 姚沁艺

刚进场就遇物资配送挑战

今年3月,金汇豪庭小区根据疫情防控要求进入闭环管理时,刚刚经历过物业公司的更换。刚进场就遇上疫情,这对于连物业办公室都还没归置完毕的万科金汇豪庭物业服务中心来说,无疑是个巨大的挑战。而最大的挑战之一,就是疫情期间小区物资的二次分发问题。虽然超过40人的物业团队无人缺岗,可金汇豪庭毕竟是一个有着500多户居民的小区,事务繁杂,每天1000—2000件的物资分发任务,都落到了16个年轻的安保人员头上。

“小伙子们没日没夜地干,但那么多快递,哪里送得过来呢?”居民们决定帮帮物业。

当时,由年轻党员和女性业主为主力、主要负责协助核酸筛查事宜的小区志愿先锋队已经建立起来,在“东兰四居”居委会的支持下,居民们又在此基础上将志愿队伍扩大,成立了物资调配队伍。

人员问题解决了,在如何提升分发效率的问题上,物业人员也没有停止摸索。万科物业七宝、古美片区总监张学标回忆:“集团管理的其他小区在2020年疫情发生后,采用过让快递员扫描二维码登记快递信息的方法。”金汇豪庭物业赶紧学习起来,制作了电子登记表,“既避免了用纸质笔

造成的接触,又能把信息登记清楚”。

于是,一套物资二次分发方案初步形成:快递员登记物资信息后,包裹在小区门口进行消杀静置,再由物业人员和志愿者分发至各楼栋,由各楼栋志愿者接收后在楼栋内进行分发。

可是,新的问题又出现了:无论快递是由楼栋志愿者分发,还是堆放在大堂由大家自行领取,都难免出现人员聚集的问题。无序的堆放,也让物业不时收到“找不到快递”的求助。

“快递格”推广到全小区

如何才能更精细化地对楼栋内的快递进行分发呢?这时,一位居民想出了好办法。

年轻业主董先生是小区志愿者团队的一员。“他从事新媒体行业,平时就很有创意,点子很多。”小区志愿服务团队的队长金益说,一开始,董先生只是实验性地将他所居住的31号楼大堂划分了小格子。

31号楼大堂的结构,正好是进门后左右手都有空间,董先生就把01室的快递都规划在了进门右手边,把02室的快递都规划在左手边。左右两边都用胶带划分好小格子,每个小格子贴上门牌号。如此一来,31号楼每户居民

都有了属于自己的“专属快递格”,居民无需挑拣,不用聚集,就能在自家门牌号对应的格子里“即拿即走”。而志愿者或物业人员在整理快递时,也能“精准定位”,提高效率 and 准确率。

31号楼进行“实验”的事马上就传开了,居委和物业也很支持这样的方法,没过多久,划分小格子的方法就在小区推广起来了。

“你别说,自从用了这套方法,不仅效率提高了,连找快递的求助都几乎没有了。”身为物业经理,牛英拓深有体会,“现在小区早已开放正常出入,但我们出于安全考虑,直到现在还在用这样的快递分发方法。”现在在我们小区许多居民都会主动帮整栋楼的邻居拿快递,我们物业只需要看哪些楼的快递堆得比较多了,进行一个兜底分发就可以了。”

在牛英拓看来,居民间互帮互助的氛围,和疫情期间居委、物业、居民的共同协作、有效沟通是分不开的。“我们不管是居委、物业还是业委会,对居民们提出的建议,都抱着开放的态度,一起参与,一起推动,大家都奔着一个目标走。”

“东兰四居”居民区党总支书记王辰说,在“物业刚进场就遇到疫情”的挑战下,金汇豪庭小区入选了古美路街道首批“无疫小区”,而这离不开小区居民的共同努力。

联华携手 i 百联开启嗨吃潮饮节 助力夏日经济“热”起来

夏至过后,全国各地天气已开始“没有最热,只有更热”的路上“提速”。上海梅雨季节的潮湿闷热,也让消费市场的夏日“美食经济”提前火热。6月22日—7月19日,联华及 i 百联携手打造嗨吃潮饮节,线上线下多场景推出备受消费者欢迎的各类冷饮雪糕、休闲零食、啤酒饮料和小龙虾商品,成为刺激消费市场的“新引擎”。

精选夏日优势商品 多重优惠让消费者随心购

炎炎夏日即将到来,市民的防暑降温需求逐渐旺盛,联华嗨吃潮饮节顺势推出了一大波优惠,让消费者率先感受清凉“夏”。6月22日—7月19日,百联通会员购买指定品类商品满58元,将获得一张线上抽奖券,有机会赢取冰柜、冰品免费券、到家优惠券等多重好礼,直接回馈消费者。6月24日百联到家推出啤酒小食专场直播,主播将带来多款新品啤酒、网红零食,还将送出多样优惠。6月25日—6月27日期间,关注联华超市公众号,有机会领取1分换购梦龙冷饮券。6月27日—7月6日,联华社

群内还有机会领到嗨吃潮饮节指定品类128元减10元线上线下通用满减券。

冷饮水果、饮料啤酒、小龙虾、零食、鸭脖……都是夏日的“流量商品”。喜欢小龙虾的市民可要抓住今年的尝鲜季,来自湖北潜江的龙虾个个尾肥体壮,联华潜江神惊系列小龙虾和龙虾尾商品有99元4盒、买二送一等多重优惠,“吃货老饕”们可以趁今年的小龙虾旺季,大饱口福。7月3日前,联华将持续推出多款冰品爆款优惠,包含340克的八喜甜筒冰淇淋第2件0元,蒙牛冷饮全场6折等,助力消费者清凉降温。6月22日—7月20日,燕京、青岛、喜力、百威品牌还将轮番上场,在世纪联华开启为期四周的促销活动,邀请所有消费者到店购物享优惠——



线上线下同步,为消费者打造“啤酒+小食”场景

除了联华超市及世纪联华各线下门店,此次嗨吃潮饮节,消费者即使足不出户,在 i 百联联华云超、线上百联到家平台都能同步参与以上活动,无论你身处何地,都能下单购得好物。值得一提的是,30分钟送到的百联到家、云超 B2C 平台与线下门店同步开始打造“啤酒+小食”的消费场景,让消费者更有感知。线上平台更是以组合方式进行推荐:12罐500ml青岛啤酒经典装售价78元,580克的百草味卤味大礼包69元,让经典老青岛搭配香浓卤味;2罐1升青岛13度原浆啤酒售价72元,2袋香辣味王小虎虎皮凤爪仅58元,原浆啤酒和个儿大肉多的

网红凤爪,让人接连吃不停;12罐500ml青岛纯生啤酒仅86元,加上500克百草味热辣鸭脖大礼包59元,145元就可以享受冰爽啤酒和热辣鸭脖带来的味蕾冲击。6月24日—6月26日,在百联到家平台消费指定品类,还能满118元立减18元,更有每周优惠可享。

随着“夏日经济”的持续升温,大众的消费观念也在不断升级,这对线上线下来说都是一个全新的机遇。联华及 i 百联希望能满足市民的多样化需求,以更高的品质、更具吸引力的方式给消费者带来更舒适清凉的体验。(广告)

| 活动日期 | 品牌 | 活动门店 | 心动单品价 | 促销活动 |
|-------------|-----------|--|---|---|
| 6.22 - 6.28 | 燕京 | 22家世纪联华门店 | 8度燕京啤酒(吉祥红) 仅售19.9元 | 购买指定燕京US产品2箱,可参加转盘抽奖,赢US湖周边和迪士尼门票 |
| 6.29 - 7.5 | 青岛 | 世纪联华中环、浦电、鲁班店 | 青岛清爽啤酒330ml*6 仅售11.5元 | 1.青岛奥古特、逸品纯生、白啤试饮活动 2.指定青岛商品买满38元,58元、88元将获得不同赠品 |
| 7.6 - 7.12 | 喜力 | 世纪联华中环、鲁班、黄浦新苑、浦电店 | 喜力550ml*3 仅售19.9元 | 买满38元,可参加幸运抽奖,有机会获得限定礼品 |
| 7.13 - 7.20 | 百威 科罗娜 福佳 | 世纪联华东宝、青浦、嘉定城中、中环、虹口、淞南、浦电、鲁班、黄浦新苑、国和店 | 1.百威600ml*3 仅售18.9元 2.科罗娜330ml*9 仅售59.9元 3.福佳系列买二得三 | 1.科罗娜、福佳试饮活动 2.满68元扫码立减 3.购买整箱产品送赠品 |



扫码领取联华专属社群福利

