

17本、4000余页,洋洋洒洒写了7年 他把工作日记写成“小镇警事”

近日,电视剧《民警老林的幸福生活》热播,梅婷“牵手”林永健演绎基层民警。一个接地气的基层民警究竟是什么样子?在江苏徐州,有一名基层民警,17本记录小镇警事的日记,4000余页洋洋洒洒写了7年。他就是徐州市公安局铜山分局茅村派出所办案民警李健。

通讯员 应学良 蔡茜 现代快报+记者 季雨 张晓培



▼李健(中)向摊户作通讯网络诈骗预防宣传
通讯员供图



人物新闻

PEOPLE

垃圾桶里翻出带血纸张,他说“定会给你一个交待”

李健今年32岁,在他的办公桌抽屉里,放着17本“小镇警事”笔记,一条条翔实的笔记被同事们戏称为“李健秘笈”。谈起为什么会写这样一本笔记,李健说,“好记性不如烂笔头,我没什么天赋,但相信勤能补拙。纸质笔记我每天睡前都会翻一翻,有些案子的细节,就是这样发现的。”

“我是徐州土生土长的,对这里的乡里乡亲都很熟悉,感情也很深。”李健说,“江苏警官学院毕业后,我也曾想当一个破大案的英雄,但是人们更需要为老百姓奔走的小警察,所以我回到了家乡派出所。”

李健用行动践行着自己的誓言。“我还记得,那一年夏天,辖区里的一名女子王某报警说被丈夫家暴。可是我们出警后,女子却一反常态为丈夫求情。”女子面露怯色,但是却说已和丈夫和好如初,李健很不理解。“但由于报警人不追究,所以我们只能作罢,回到派出所,我随手记下了这个事情。”

四五天后,李健翻看“小镇警事”笔记,当看到当时一些周边生活场景的记录时,觉得有点蹊跷。“我去她的居住地附近踩点,本来也没抱什么希望,但我往垃圾桶里瞟

一眼,没想到真的让我找到了证据——几张带血的卫生纸。当时我也顾不上垃圾桶脏,赶紧就去翻。”有了证据,李健不动声色地对此案开展深入调查,重新查看报警记录、执法记录仪接处警记录、家庭信息……一条条零碎的信息,拼凑成完整的案情资料。“放心,我一定会给你一个交待!”面对顾虑重重的王某,李健携手村妇女主任做思想工作,三缄其口的王某终于承认多次被丈夫家暴而不敢发声,并在丈夫的逼迫下为其求情的苦衷。最终,王某的丈夫受到了应有的处罚。

裤腿被血浸染继续蹲守,他说“站不住了还能蹲着”

有欣慰的欢喜,有遗憾的痛苦,但公安工作,更多的是坚守与付出。2021年6月20日,为抓获在辖区内活动的黑加油车,李健开始了他职业生涯中不知道第几次的蹲守,而这次,是他因左臀部炎症坏死刚做完手术的第三天。

气温高,黑加油车就像隐藏的“地雷”,一旦发生事故,后果不堪设想。李健说,“当时手术才是第3天,没拆线呢,但听到那个线索源头有了动静,我坐不住呀。”

在没有车辆具体行踪的情况下,李健决定采取蹲守的方式,把嫌

疑人“揪”出来。办过案的民警都知道,这是最常用的守候伏击模式,但对于有伤在身的李健,只能半跪甚至蹲在车里,成了名副其实的“蹲守”。“当时蹲了2天吧,吃饭休息都在点位上,现在想想确实够呛。”

功夫不负有心人,最终将嫌疑人成功抓获。当场查获私自改装的厢式货车,内有暴晒在高温之下的成品油多达21吨,且离铁路道口仅20米。任务顺利完成,同事却发现因为蹲立太久李健的伤口已经裂开,整个裤腿都被血液浸透。李健却说,“大男人,这点伤算什么?

站不住了我还能蹲着!”

“存放油的村落中老年人和小孩占到40%以上,改装的黑加油车就像‘地雷’,必须尽快铲除安全隐患!”7月9日,辖区群众宋福侠捧着一包外敷中药来到了茅村派出所,她说中药是乡亲们赠送给李健的,因为他帮村民铲除了“地雷”,祝愿他身体早日康复。

作为一名分管刑侦案件工作的副所长,李健带领警组一年主办案件达30余起,7年时间打击犯罪嫌疑入近400人,为茅村镇企业、群众挽回经济损失280余万元。

青春献礼最“懂你” 光大信用卡“三重礼”

深耕场景:抓住客户心理,营造金融生态

形成双循环新发展格局需要高质量发展的信用卡产业。

作为连接金融供给侧与消费需求侧的主力军,信用卡连通了消费者与商户,并利用消费信贷功能,将消费者的潜在消费需求转化为实际支付能力,在提升消费规模、拉动经济增长、提升金融普惠性等方面发挥了积极作用。

在此背景下,消费场景成为金融服务,特别是信用卡产业的主要发力点。随着金融服务持续拓展和下沉,金融与日常生活的绑定越来越紧密,金融与消费场景已经形成无缝对接。

搭建消费场景是链接目标客户的有效方式,因此基于消费场景提升金融服务体验,成为信用卡服务能否脱颖而出的关键。通过“场景化”布局,信用卡能够形成独特优

势,占据市场先机。

以用户需求为中心,光大信用卡通过消费场景思维,深入分析和把握客户需求,不断创新生活消费场景,为客户带去沉浸式消费体验的同时,与之产生共鸣、共情、共振,从而为客户带去更好的消费体验。

通过全场景对商户和用户进行连接,以及跨界活动,光大信用卡不断做大用户和商户的生态圈,跨界多元场景打造金融消费全链路。

在生日日期间,持有阳光车主经典白金卡、阳光无界信用卡的光大信用卡新客户完成首笔交易即有机会在光大信用卡首刷平台挑选、领取精美礼品,既给了客户更多的选择空间,又彰显了光大信用卡对客户贴心关怀。

以跨界思维,深耕场景精细化运营,光大信用卡正在引领信用卡业务发展进阶之路。随着信用卡市场逐步走向成熟,客户对于信用卡的需求已经不止于消费支付等功能,更彰显了身份认同和生活方式的特性。

近年来,聚焦美食、购物、宠物等十大消费领域,推出创新消费场景,光大信用卡凭借对消费场景的升级,持续优化用户体验,关注消费者基础物质类需求的同时,也注重满足消费者的精神情感性需求。

凭借敏锐的行业洞察力以及对消费趋势的把握,光大信用卡围绕线上线下消费场景及优惠福利开展了大量的探索与实践,其产品和服务已渗透至民生各个领域,推动实现了商户与消费者的有效连接。

三重好礼:简化参与流程,真正给与优惠

移动互联网已经深刻改变了生活,也同时改变了消费者的金融需求和使用习惯。

在消费者成为金融服务核心的当下,客户体验的要素成为推动高质量发展的一大动力。金融产品和服务是否足够“简单、便捷、灵活、快速”,已成为消费者选择的重要考虑因素。

随着支付场景的不断发展,消费者希望获得更快捷和便利的服务。将信用卡权益与更多元化的支付场景贯通,满足不同支付习惯之下的便捷使用,是光大信用卡从用户角度出发的举措。

光大信用卡生日月推出的“三重礼”,通过简化参与流程,不

消费门槛,真正将实惠赋予客户。据介绍,一重礼“立减特权”,新客户可享1元购100元微信立减权益;二重礼“立减礼包”,客户首绑微信支付后可领100元微信立减礼包;三重礼“新客礼包”,新客首刷更有机会领取精美礼品。

活动极大的回馈力度以及满满的诚意,激活了消费者的兴趣和关注。“三重礼”活动推出后,呈火爆之势迅速铺开。

围绕客户体验的核心,将实惠真正回馈客户,光大信用卡的“三重礼”活动,紧跟金融生态和支付方式迭代,拓展了信用卡业务和服务边界,不断提升精细化运营水平,打造消费者体验的“无界感”。

推进转型:深化“懂你”理念,提升客户体验

在当前信用卡经营模式转换的关键时期,“以业务为中心”正在向“以客户为中心”转变。致力于从客户视角、客户立场出发,创新优化产品服务,满足客户需求。

在决定信用卡行业走向的关键节点上,光大信用卡加快转型步伐,把握信用卡经营模式转换的关键时期,为高质量发展赢得先机。

通过坚定推进深改转型,光大信用卡制定《2021-2025年发展规划》,明晰未来的发展方向与路径,以“打造一流财富管理银行名品”的发展愿景,确立“有特色”“体验好”“数字化”“懂你”的内涵四要素,形成可操作、能实施的规划落地链路。

近年来,在“你懂世界,而我懂你”的品牌主张之下,光大信用卡重构了用户价值,表明了深耕和经营

客户价值的态度,坚守以客户体验为中心,有效满足了客户多元化、个性化的需求。

优化客户体验,提升客户服务能力,让客户体验管理从“响应式”向“主动式”转变。光大信用卡注重优化客户体验指标监测体系,提升客户全旅程体验,以适应不断变化的市场环境和客户需求。

通过联名卡的发行,光大银行信用卡与年轻用户建立沟通,不断焕新金融服务体验,深入用户美食、旅游、娱乐等消费场景,深耕用卡权益,充分诠释“懂你”的品牌主张,与用户共同成就美好生活。

从数据层面,光大信用卡构建了客户体验管理体系,通过多个步骤实现用户体验数字化管理闭环:设计用户体验蓝图,综合用户和业务两大视

角,对比识别各体验环节,形成基础支撑;收集外部用户数据,提取用户体验影响因子,建立结构方程模型,测量用户体验指数;构建内部用户体验指标监测体系,衡量内部服务水平;最后,结合内外数据测量结果确定用户体验管理改进、优化方案。

优质的金融服务背后,是光大信用卡对“懂你”理念的深入理解,是客户体验的极致追求。秉承金融央企国家队情怀初心,光大信用卡以情感为核心驱动力,多措并举融入“双循环”,聚焦扩大内需,提振消费出新招、出实招,有效激发了市场主体活力。

未来,光大信用卡将继续秉持“懂你”理念,切实让利消费者,促进消费增长和内需潜力释放,助力国民消费体验和生活品质的提升,助力推动国民经济高质量发展。