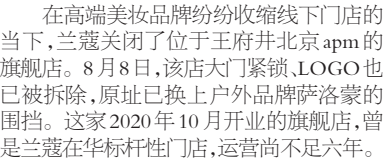


美妆市场高增长落幕 商场首层大洗牌



在高端美妆品牌纷纷收缩线下门店的当下，兰蔻关闭了位于王府井北京apm的旗舰店。8月8日,该店大门紧锁,LOGO也已被拆除,原址已换上户外品牌萨洛蒙的围挡。这家2020年10月开业的旗舰店,曾是兰蔻在华标杆性门店,运营尚不足六年。

事实上,兰蔻王府井旗舰店的关闭,只是高端美妆品牌线下收缩的缩影。随着美妆消费逻辑的改变,高端美妆靠线下开店驱动增长的时代已然终结,地标性旗舰店的退场,本质上是线下零售体系的重构。同时,商场一楼的配置逻辑也在发生变化,户外运动、潮玩等新业态因客流创造力和体验价值更强,正逐渐取代美妆成为商场首层的“新宠”。

兰蔻王府井旗舰店正式谢幕。目前,位于北京apm一楼的兰蔻旗舰店大门紧锁,门头上的LOGO也已被拆除。透过门缝,可以看到店内漆黑一片,所有内饰和柜台都已被拆除,地面散落着建筑垃圾。

进入北京apm内,兰蔻旗舰店所在位置已被遮上户外运动品牌萨洛蒙的围挡,同时写有“即将开业敬请期待”的字样。此外,围挡还贴有“萨洛蒙B1层正常营业”的提示。商场内其他品牌美妆门店的店员介绍,兰蔻门店已经撤店。商场B1层萨洛蒙门店也证实,一楼围挡店铺确实将变成萨洛蒙。

通过品牌官方小程序查询可知,除北京apm店,兰蔻目前在北京还有17个线下专柜,其中王府井商圈内还有百货大楼专柜。

在兰蔻所有北京门店中,北京apm店具有标杆意义。公开报道显示,该门店于2020年10月1日开业,是继巴黎香榭丽舍大街店之后,兰蔻开设的全球第二家也是亚太首家旗舰店。不到六年,兰蔻就将这一标志性门店关闭。

对于高端美妆品牌来说,旗舰店的关闭意味着什么?在要客研究院院长周婷看来,这并非品牌收缩中国市场,而是主动适配市场变化的渠道优化,标志着高端美妆靠线下开店驱动增长的时代已然终结,以线上为核心重构零售体系是必然趋势。

周婷进一步指出,地标旗舰店退场本质是高端美妆线下零售价值的重构;门店的核心职能正从过往集形象展示、流量转化、新品首发、深度体验于一体的综合载体“逐步转型”。

今年以来,混合类理财产品发行升温,截至上半年末,其存续规模已突破万亿元。某银行理财子公司相关人士表示,当前,理财行业正从“单一固收”向“多资产多策略”逐步转型。

理财登记托管中心近期发布的《中国银行业理财市场半年报告(2026年上)》显示,截至2026年6月末,固定收益类产品存续规模为32.48万亿元,占全部理财产品存续规模的96.49%,较年初减少0.60个百分点,较去年同期减少0.71个百分点;混合类产品存续规模为1.07万亿元,占比为3.18%,较年初增加0.57个百分点,较去年同期增加0.67个百分点;权益类产品和商品及金融衍生品类产品的存续规模相对较小,分别为0.09万亿元和0.02万亿元。

“截至2026年6月末,固收类产品规模占比仍超过96%,占据主导地位,混合类产品规模占比仅为3.18%,说明当前理财主要客群的风险偏好仍然偏低,理财公司更多通过‘固收+’等相对稳健的方式参与权益投资。”普益标准研究员张璐晗分析。

拉长时间线来看,截至2025年末,彼时混合类产品存续规模为0.87万亿元,占比为2.61%。由此可见,混合类产品半年规模增长2000亿元,突破万亿元大关。在银行理财行业整体规模平稳增长的背景下,混合类产品的快速扩张表现较为亮眼。

谈及后续混合类理财产品的市场空间,张璐晗表示,未来随着资本市场投资工具日益丰富,理财产品多资产配置能力进一步成熟,以及居民财富管理需求转变,混合类产品仍有一定发展空间,但最终仍取决于权益市场环境、投资者风险承受能力以及理财产品投研和风险管理体系的发展。从中长期来看,混合类理财产品将具有一定延续性,但或将更注重策略设计与精准客群匹配能力,而非简单追求规模的持续高速增长。

杨洁

2026年美加墨世界杯决赛哨声刚落,三大主办国之一的墨西哥便派出一支城市代表团,跨越太平洋直奔江苏溧阳。8月3日至4日,墨西哥库埃纳瓦卡市市长何塞·乌里奥斯特吉与墨西哥联邦众议员秘书玛丽索尔·科鲁兹一行,在溧阳围绕足球、康养与经贸展开考察,并在储能设备、智慧照明、饲料机械、药品包装等领域达成多项合作意向。

库埃纳瓦卡市以“永恒春城”闻名,气候宜人,拥有本土职业足球俱乐部。该代表团此次访问的首站便是南航“溧阳”训练基地。墨方实地察看场地设施,详细了解“苏超”“常超”“溧超”三级足球赛事运营情况。南航天目湖校区负责人表示,希望以足球为纽带,推动与墨西哥高校的学术往来和人才互访。墨方深感认同,表示足球是不

“十四五”以来,江苏远洋紧扣江苏省港口集团“158”战略,坚决落实“水运江苏”建设要求,锚定“打造本土航运龙头企业”目标不动摇,坚持向改革要活力、向绿色要动能、向数智要效能,核心竞争力节节跃升,走出了一条国企担当与示范引领转型升级突围之路。

向改革要活力,开辟本土航运龙头发展新道路。“十四五”期间,累计新增航线40余条,经营集装箱航线72条,集装箱运输934.1万TEU,RCEP

体,向高坪效精品专柜转型,大店在高昂的租金与运维成本之下,投入产出的平衡模型已被打破。与此同时,品牌建立高端心智的路径也已迭代,过去全球旗舰店是品牌层级的硬核背书,如今社交平台与内容电商已成为消费者认知品牌、建立信任的主渠道,地标大店的品牌溢价投入性价比持续走低。整个行业正告别“比排场、拼店型”的规模扩张逻辑,转向效率深耕,未来品牌资源将更多投向私域运营、会员服务和产品研发,而非线下空间的粗放堆砌。

从爆发走向理性收缩

兰蔻王府井旗舰店从开业到撤店,可以说是高端美妆市场从爆发走向理性收缩的一个缩影。

据欧睿国际数据,2020年全球美妆市场受疫情冲击同比下降3.8%,而中国市场却逆势增长,当年美妆个护市场规模达5199亿元,同比增长7.2%,其中高端美妆增速尤为突出,达17.8%。彼时,各大品牌正将开设大型旗舰店视为探索新零售的重要路径,试图抢占中国高端美妆消费的黄金窗口。Dior,Tom Ford,YSL等品牌纷纷在中国开设全球或全国级别的旗舰店。正是在这种氛围下,兰蔻于2020年10月开设了王府井旗舰店。

作为兰蔻等一众高端美妆品牌的背后集团,欧莱雅确实在这轮扩张中尝到了甜头。财报显示,2021年该集团销售额达322.8亿欧元,同比增长16.1%,2022年进一步攀升至382.6亿欧元,同比增长18.5%,连续两年保持两位数高增长。但此后,欧莱雅集团销售额可比增速逐年回落:2023年为7.6%,2024年为5.6%,2025年滑落至1.3%,2026年上半年虽有反弹,增速回升到5.8%,但依然保持在中个位数。

这一趋势并非欧莱雅一家独有。麦肯锡联合《The Business of Fashion》发布的《The State of Fashion:Beauty》2025年度报告预测,全球美妆市场在2024年至2030年间的增速将降至5%左右,高增长时代已然终结。

高端美妆遇冷,是多因素叠加的结果。周婷表示,一方面,全球消费预期转弱使消费者从情绪性囤货转向精准刚需消费,线下扩张与线上流量红利双双见顶,增量市场随之转为存量竞争;另一方面,本土品牌崛起及疗愈护肤、纯净美妆等细分赛道涌现,持续分流国际大牌份额;更深层的

变化在于消费底层逻辑迭代,健康护肤、极简护肤风潮下,消费者决策从“认品牌LOGO”转向“重成分、重功效、重肤感”,传统高端美妆依赖的品牌溢价被弱化,加之彩妆、香氛等社交属性品类增长乏力,共同拖累了整体市场表现。

在此背景下,品牌不再盲目追求线下门店数量的扩张,而是更理性地衡量每一家门店的投入产出比,曾经被视为品牌形象象征的大型旗舰店,也开始从“资产”变成了“负担”。

中国连锁经营协会数据显示,2022年至2024年,在13城447个重点关注的购物中心,化妆品业态关闭店比为0.85,呈收缩态势。另据GfK咨询数据,全国51城化妆品专柜数量从2019年3月的15415个减至2022年的11365个,缩减近三成。与之相对的是,赢商大数据显示,2023年至2025年,在24城600余家标杆购物中心的一楼,

今年暑期档五年来票价最低

票房节节攀升,但电影票价不升反降。据猫眼专业版数据,截至8月8日,2026年电影平均票价为39.6元,较去年同期43.9元,下降4.3元。暑期档电影平均票价降至36.3元,为2022年以来暑期档最低票价,彰显出惠民观影政策的显著成效。

2026年是“电影经济促进年”,12亿元惠民观影补贴陆续投放,实实在降低了观众的观影成本。全国16个城市被列为“电影+”消费综合试点城市,推动打造电影消费新业态新模式新场景。

日前,北京发布夏季惠民观影消费举措,以“政府补贴+平台让利”模式,投放补贴2000万元,单票优惠力度2元至60元。同时,各影院推出不同形式的促消费活动,给观众带来真金白银的实惠。

北京市文化产业促进中心数据显示,截至8月2日24时,此次补贴活动累计核销优惠券45.36万张,累计核销金额455.46万元,累计带动票房2195.90万元,累计惠及观影群众53.55万人次。

影院向多元文化休闲空间转型

数据显示,截至今年7月底,全国全年净增影院363家、银幕2215块。与此同时,多地电影院打破传统单一观影经营模式,



除了自身策略转向,高端美妆门店的退场,其实与商场的主动洗牌也不无关系。曾几何时,化妆品是商场一楼的绝对主角,高端美妆品牌不仅是格调象征,更是实打实的“现金牛”。然而这一格局正在被颠覆,潮玩、户外运动、新能源汽车、新茶饮正大举“攻占”商场一楼。

中国连锁经营协会数据显示,2022年至2024年,在13城447个重点关注的购物中心,化妆品业态关闭店比为0.85,呈收缩态势。另据GfK咨询数据,全国51城化妆品专柜数量从2019年3月的15415个减至2022年的11365个,缩减近三成。与之相对的是,赢商大数据显示,2023年至2025年,在24城600余家标杆购物中心的一楼,

从高价值转向高消费

在湖北武汉,武商梦时代摩尔影城推出“一张票根联动百业”的运营模式,观影将顾客在商场的停留时长从2.5小时提升至4到6小时。多家本土餐饮商户表示,电影流量为门店贡献了约三分之一的营业额。今年7月,该影城累计观影11.5万人次,位居全国第一,净票房达432.7万元。

文旅融合方面,“跟着电影去旅游”“跟着电影游中国”,成为越来越多人的消费选择。

有人看完《飞驰人生3》,沿着银幕里的场景来到青岛,看戈生旦霞约会;《给阿嬷的情书》让更多人走进广东、福建等侨乡,在古厝街巷和侨批文化中感受历史的积淀;《八佰》热映,从四川青城山到山东蓬莱,都迎来大批游客,银幕里的东方山水意境、传统建筑和神话故事,变成现实中的旅游体验。

随着多部中国优秀影片海外热映,越来越多外国游客跟着电影来到中国,感受中国独特的自然美景和人文风情。

放眼IP衍生开发,电影的价值不再局限于票房,更在IP长效价值的沉淀。

《八佰》从影片策划阶段就布局IP商业化,打破文创、主题文具、潮流玩具同步上线,打通第一类内容的盈利模式,让电影成为拉动经济增长的有效引擎。

在影片创作诞生地四川,多家影院的文创区,除了文具、玩具、生活用品,还有蜀锦、蜀绣、竹编等非遗文创。影院还同步打造《八佰!》国风打卡点、八仙主题巡游、文创市集等场景。

“电影+”激活发展新动能

国家电影局数据显示,我国票房拉动系数约为1:15.77,每创造1元电影票房,便可带动上下游关联产业产出15.77元产值,远高于一般服务行业的平均拉动水平,且在全球范围内处于领先水平。

依托强劲产业带动能力,今年国内电影全产业链产值突破3800亿元。中国电影产业已从单一发展模式向融合消费、文旅、科技等多元生态转型,持续为经济发展培育新增长极。

在四川成都,一家电影院被称为“电影轻博物馆”,展厅风格采用民国复古场景,陈列着老式胶片放映机、老电影海报、旧票根、影像史料、影院老物件等。

这里还定期开展“百年经典电影展”,海报图文展等形式,推出胶片纪念票根、主题文创,不仅盘活了闲置空间,还打造了“观影+展览”复合型影院业态。

“电影+”激活发展新动能

国家电影局数据显示,我国票房拉动系数约为1:15.77,每创造1元电影票房,便可带动上下游关联产业产出15.77元产值,远高于一般服务行业的平均拉动水平,且在全球范围内处于领先水平。

依托强劲产业带动能力,今年国内电影全产业链产值突破3800亿元。中国电影产业已从单一发展模式向融合消费、文旅、科技等多元生态转型,持续为经济发展培育新增长极。

在长三角物理研究中心,代表团重点考察溧阳新能源、新材料领域的科创实力。当前,墨西哥

世界杯余温未散,“永恒春城”代表团为何直奔溧阳?

足球牵了线,康养开了头,经贸才是此行重头戏。事实上,溧阳与墨西哥的经贸往来日益密切。位于溧阳高新区的荷贝克电源系统(溧阳)有限公司,独家为墨西哥城地铁1号线、瓜达拉哈拉1号线和2号线、STE轻轨及帕丘卡轨道交通五大项目提供全线辅助电源系统。深耕轨道交通储能领域30余年的荷贝克电源,在世界杯期间全程为墨西哥各大观赛线路提供电力保障。2025年,溧阳对墨西哥进出口总额超5亿元,同比增长49.24%。科华控股、常州爱维森、江苏朴博士等企业已成为中墨贸易往来中的活跃力量。

在长三角物理研究中心,代表团重点考察溧阳新能源、新材料领域的科创实力。当前,墨西哥

江苏远洋:以硬核实力勇担国企使命

成员国覆盖率达53%,苏北运河市场占有率稳居50%以上。当前,江苏远洋已构建“集装箱运输、散货运输、航运服务”三位一体的产业新布局。

向绿色要动能,打造“水运江苏”零碳转型新标杆。江苏远洋勇当航运绿色转型先锋。2022年,全国首艘120标箱纯电动内河集装箱

船“江远百合”轮扬帆首航,全面开启内河水运“纯电动时代”。此后,批量建造5艘新一代纯电动船舶,创新采用“充换电结合、船电分离”模式,全生命周期碳排放量较传统柴油船舶降低95%以上,单船年运营可减少二氧化碳排放约340吨。

向数智要效能,构筑航运转型发展新高地。



户外运动品牌占比飙升114.35%,成为商场首层扩张最快的品类之一。可以看到,无论是国贸商城还是北京apm,始祖鸟、萨洛蒙、lululemon等户外运动品牌已占据一楼核心位置,部分商场一楼甚至形成了户外运动品牌占据“半壁江山”的格局。

在中国商业联合会专家委员会委员赖阳看来,这一变化反映的是高端美妆在核心商业空间中的相对价值变化。购物中心首层正在从高价值商品展示空间转向高消费吸引力业态集中空间。

赖阳进一步解释,云消费时代,实体商业的价值转向体验消费、社交消费、兴趣消费和生活方式消费。消费者会为了家特色餐厅、一个潮玩首店、一场展览、一次户外体验专程到店,商业项目的竞争已经从商品供给能力转向消费吸引力和目的性消费创造能力。购物中心首层的配置逻辑随之变化。品牌档次、客单价、坪效仍然重要,客流创造能力、停留时间、传播价值、复访能力、关联消费带动能力权重持续上升。能够形成体验、社群、话题和生活方式认同的业态,对整个商业项目的综合价值更高。户外品牌连接徒步、露营、滑雪、旅行等持续性消费场景,消费关系从购买一件商品延伸到参与一种生活方式;潮玩连接IP、收藏、情绪价值、社群互动和社交传播,能够持续制造内容和到店动机。这些业态正在成为商业项目新的流量入口。

大学生扎堆当景区NPC 暑期工市场迎来新变化

今年暑期工市场的风向变了。过去大学生暑期找工作,大多优先选择门槛低的基础劳务岗位,现在越来越多学生更青睐能满足“兴趣”和“体验”的工作岗位。动物园管理员、农场生产专员、景区NPC、AI数据采集这类新兴岗位,成为暑期实践的热门选择。学生能低成本试错攒经验,企业也能收获年轻人的新鲜创意,供需两端都找到了更适配的新方向。

在浙江湖州德清的一家动物园,来自浙江理工大学产品设计专业的大四学生牛晴晴和方佳鑫,正忙着给小鹿准备餐食、拍摄短视频。牛晴晴主要负责运营园区短视频账号并记录动物的日常,方佳鑫则主要为游客科普动物知识,两人还将专业所学应用到工作中,以动物为原型设计创作文创产品。

牛晴晴说,她特别喜欢小动物,在这里学到了很多关于动物的知识,还熟练了视频剪辑技能。方佳鑫也表示,这份工作内容丰富,体验感很强,属于自己感兴趣领域的“蓝海行业”,能接触到更多校园里面学不到的东西。

该园区负责人江南介绍,大学生的创意想法让整个团队更有活力和凝聚力,也为园区的运营发展注入了不少新思路。

而在湖州的一家生物科技公司,湖州师范大学农村发展专业的研究生周保彦,正以“农场生产专员”的身份蹲在田间清理果苗,做无毒处理。周保彦说,只有把书本上的理论和田间的实践结合起来,才是真正学习的过程。

这家企业的暑期工岗位覆盖种植、采摘、运输全产业链,高学历人才的加入,也让企业能更快接触前沿农业科技的理论成果,用年轻人的新鲜思路优化传统生产管理流程。

专家分析认为,现在的年轻人更看重与社会主动接轨的实践体验和低成本的职业试错机会,短期行业体验能够帮助学生提前排除和自身发展不匹配的职

正推进绿色能源转型与制造业升级,溧阳动力电池等优势产业与墨方需求高度契合。在随后举办的中墨(溧阳)企业采购对接交流会上,两地企业围绕智能装备、新能源、智慧城市等精准对接。何塞·乌里奥斯特吉对常州及溧阳企业技术实力表示高度评价,并介绍了库埃纳瓦卡兼具度假风情与制造业实力的优势。墨西哥阿吉苏商会会长赵桂提醒有意开拓拉美市场的企业重视风险防控与合规经营,充分了解当地法律法规与劳工政策等。

一场由世界银行引发的邂逅,最终在产业合作的土壤中扎下了根。此次访问以足球为引,以康养为媒、以经贸为实,搭建起双向交流平台。溧阳正以此为契机,持续拓展国际“朋友圈”,在对外开放赛道上不断争先。

通讯员 强怡灵 江苏经济报记者 张韩虹

江苏远洋将数智化建设融入全链条服务环节,推动运力建设、航运服务全面变革。“十四五”期间,江苏远洋新增船舶38艘,93万载重吨,3.53万标箱,自有战略船队规模成型、结构超优。智能航运平台顺利验收,船岸一体化稳步推进,AI安防与智能能效管理实现应用,CCTV改造实现关键区域实时监控,一支规模适度、结构合理、技术先进、绿色智能的海运船队加速成型。 吴雨蒙

多只算力概念股公布半年报 净利最高增长超200%

8月9日晚间,多只算力概念股公布2026年半年报。其中,百亿算力股力源信息以上半年净利润同比增长超209%领跑;另一只百亿算力股拓维信息,净利润同比下降超12%;摩尔线程净利润同比增长超95%,营收同比增长超147%,已超过2025年全年;银河微电净利润同比增长超77%。

百亿算力股力源信息发布的2026年半年报显示,公司实现营业收入64.32亿元,同比增长59.46%;归属于上市公司股东的净利润2.98亿元,同比增长209.5%。公司Q2净利润1.6亿元,Q1净利润1.37亿元,据此计算,Q2净利润环比增长16%。

国产GPU龙头摩尔线程发布的2026年半年报显示,摩尔线程实现营业收入

从流程简化到资金加码 多地完善汽车消费补贴政策

济南消费者无须再领取补贴资格、重庆将电动自行车纳入补贴范围,西安二手车也可以享受补贴……近期,不少地方正在基于自身特点,进一步完善汽车消费补贴政策。业内专家表示,目前国内汽车消费市场仍然有较大政策发挥空间,通过简化申报流程、加码补贴资金、扩大补贴范围等方式,各地有望进一步释放汽车消费潜力,刺激国内汽车市场回暖。

据不完全统计,自2026年7月底以来,济南、重庆、西安、青岛等地陆续发布公告或新政,优化汽车消费补贴政策。其中,最普遍的方法是对补贴申领流程进行简化优化。

根据济南市商务局发布的公告,自2026年8月1日起,个人消费者无须领取补贴资格,可直接通过微信、支付宝搜索相应小程序,完整有效提交补贴申请材料进行申报。山西省则直接暂停了此前实施的汽车以旧换新公证摇号制度,同时,取消前期已中签消费者3个月资格有效期的限制。

除了在申报流程上下功夫,还有地方在补贴资金上进一步加码。重庆市将汽车购新补贴的五档标准进行调整,15万元(含)至25万元(不含)车价可以享受6000元补贴,8000元补贴下放至车价30万元(含)。西安市同样加大了补贴力度,对购车发票价格在9万元(含)至15万元的,增加补贴2000元,15万元(含)以上的,增加补贴3000元,此外,西安市还按照购车发票价格分档发放多业态消费礼包。

大学生扎堆当景区NPC 暑期工市场迎来新变化

今年暑期工市场的风向变了。过去大学生暑期找工作,大多优先选择门槛低的基础劳务岗位,现在越来越多学生更青睐能满足“兴趣”和“体验”的工作岗位。动物园管理员、农场生产专员、景区NPC、AI数据采集这类新兴岗位,成为暑期实践的热门选择。学生能低成本试错攒经验,企业也能收获年轻人的新鲜创意,供需两端都找到了更适配的新方向。

在浙江湖州德清的一家动物园,来自浙江理工大学产品设计专业的大四学生牛晴晴和方佳鑫,正忙着给小鹿准备餐食、拍摄短视频。牛晴晴主要负责运营园区短视频账号并记录动物的日常,方佳鑫则主要为游客科普动物知识,两人还将专业所学应用到工作中,以动物为原型设计创作文创产品。

牛晴晴说,她特别喜欢小动物,在这里学到了很多关于动物的知识,还熟练了视频剪辑技能。方佳鑫也表示,这份工作内容丰富,体验感很强,属于自己感兴趣领域的“蓝海行业”,能接触到更多校园里面学不到的东西。

该园区负责人江南介绍,大学生的创意想法让整个团队更有活力和凝聚力,也为园区的运营发展注入了不少新思路。

而在湖州的一家生物科技公司,湖州师范大学农村发展专业的研究生周保彦,正以“农场生产专员”的身份蹲在田间清理果苗,做无毒处理。周保彦说,只有把书本上的理论和田间的实践结合起来,才是真正学习的过程。

这家企业的暑期工岗位覆盖种植、采摘、运输全产业链,高学历人才的加入,也让企业能更快接触前沿农业科技的理论成果,用年轻人的新鲜思路优化传统生产管理流程。

专家分析认为,现在的年轻人更看重与社会主动接轨的实践体验和低成本的职业试错机会,短期行业体验能够帮助学生提前排除和自身发展不匹配的职

一本陪伴七年的专属“存折”

2026年春天,昆山农商银行儿童银行迎来3岁的朵朵。她站着脚,小手够向柜台的卡通贴纸,眼睛亮如星晨。一旁的王女士抱着医保卡材料,眼神里满是迷茫。“这是小朋友的专属银行吗?”她试探着问。

社区经理小王蹲下身,视线与朵朵齐平:“朵朵可以去绘本馆看书,交给妈妈介绍业务,好吗?”这句温柔的邀请,成为七年陪伴的起点。当天,王女士为朵朵办了首笔儿童教育金业务,朵朵将人生第一枚集赞印章小心藏进口袋。

此后的日子,温暖从未缺席。小王从“小姐姐”变成朵朵口中的“王阿姨”,朵朵也从踮脚够柜台的小不点,长成能独立填储蓄单的小学生。2022年深秋,王女士挺着孕肚再次来到网点。小王一眼认出王女士,忙扶她到休息区。得知“二宝”将至,小王备好新生儿儿礼。当王女士再次来到网点,看着照片墙上朵朵泛黄的照片,又望向正喝着桂花糖、教弟弟认数字的女儿,眼眶一热——存折里存的何止是教育金,更是替忙碌父母珍藏的成长时光。

七年过去,朵朵有了管理压岁钱和家务奖励的“小金库”,弟弟也在姐姐带动下办下了人生第一本存折。照片墙上,姐弟俩的影像从一张增至厚厚一叠。王女士也陆续介绍邻居前来,成为儿童银行的“金牌宣传员”。

在这里,金融启蒙从无枯燥数字,只有蹲下的平视、绘本的温度、四季的约定。七年很短,似贴纸余温未散;七年很长,足以让温柔守护从一张日照,蔓延成一面承载无数家庭信任的墙。昆山农商银行儿童银行里,没有宏大口号,唯有存折翻动的轻响,和成长脚印被珍藏的回声——这便是金融服务民生最温柔的注脚。 陆旭枫