

在线旅行商发布暑期游报告——

苏州多孩家庭出游人数超过一线城市

日前,携程旅行网发布的《2018年暑期出游多孩家庭人群画像报告》,显示今年暑期多孩旅游产品的搜索量同比增长4倍,出行人次同比增长3倍。苏州多孩家庭出游人数增长速度超过一线城市,苏州民清旅游很受多孩出游家庭欢迎。

《报告》显示,今年6、7两月,携程平台涉及多孩产品的搜索量,与去年同期相比整体量增430%,多孩房型、多孩用车产品和免费加床、免费双份儿童早餐等特色服务很受欢迎。不同年龄段家长的消费习惯有明显差异:80后和90后家长往往喜欢随机出游,热衷前往新兴目的地;70后家长则会提前较长时间安排行程,青睐去传统热门目的地旅行。

全面两孩政策实施两年多来,越来越多的

家庭生育第二个孩子,这让出行人群构成发生了变化。携程大数据显示,今年暑期,多孩家庭在亲子出游人群中占比为19%,明显高于去年同期,出行人次则同比增长3倍。

在报名参加暑期亲子游的多孩家庭中,80后家长占比高达44%,90后家长占比为34%,70后家长占比16%,60后家长仅占6%。这表明,80、90后已成为多孩出游市场的中坚力量。

值得关注的是,家庭旅游消费决策中,女性逐渐占据“主导权”。今年7月和8月,通过携程预订多孩亲子产品的游客里,56%的订单来自女性用户。

《报告》还显示,上海、北京、深圳、广州、杭州、南京、武汉、成都、青岛、重庆为十大热门出

发地城市。苏州、宁波、东莞等经济发达城市的多孩家庭出游人数增长速度超过“北、上、广、深”等一线城市。从目的地选择来看,60后和70后家长更青睐国内老牌热门旅游目的地,而80后和90后家长则偏爱个性化旅游体验,倾向于带孩子去新兴旅游目的地度假。出境游方面,日本、泰国、新加坡、巴厘岛、长滩岛以及中国香港等短途目的地更受欢迎。

出游时长方面,相当多家庭选择4-7天的行程,这部分出游人数占比62%;其次是8-10天行程,相关出游人数占比21%。为了更好地陪伴孩子,部分80后和90后家长在暑期会安排两次出游。

《报告》表明,自驾仍是多孩家庭出行的主流方式。与此同时,房车游这种新型旅行方式

正为更多人所接受。今年暑假出游90后主导的多孩家庭中,近6%的家庭选择房车旅行,全家出行更加舒适、方便。此外,带着孩子坐头等舱是90后家庭的另一个出行偏好。携程预订数据显示,2018年第二季度,乘坐国内航班头等舱的旅客中,90后占比超过12%,呈逐渐上升趋势。

携程大数据还表明,在出行住宿选择方面,多孩家庭的住宿偏好依次为高星级酒店、经济型酒店、民宿,入住高星级酒店比例超过54%,家长希望让孩子住得更好、更舒适;超过45%的80后家庭首选亲子酒店或亲子房;首选入住民宿的70后和90后家庭合并占比近21%,丽江、苏州、安吉等地的民宿很受欢迎。

(陈鹤森 陈东兵)

苏城夏季各类新型防暑神器走俏

炎炎夏日,随着气温不断升高,不少人便使出浑身解数来解暑。在这样的高温天气下,商家不失时机地推出不少夏季降温神器。

近日,市民李小姐为在工地工作的父亲买了一件空调衣。空调衣用之前体感温度在40℃左右,用之后能降到28℃。空调衣充满电可以穿9个多小时。记者联系到售卖空调衣的淘宝卖家,他们告诉记者空调衣是根据空调原理推出的,让风扇直接吹在人体表面使体表汗水蒸发从而带走热量,使得体表温度下降。空调衣十分畅销,建筑工人、外卖员、环卫工人等是主要买主,据统计,月销售出6000

多件。

在电商平台上,除空调衣,融融乐、清凉喷雾、冰贴、冰镇马甲等新型防暑神器也十分热卖。比如,一款10袋13元包邮的“融融乐”,月销达到1000多笔。卖家介绍说,“融融乐”是一种新型的冰袋,夏天犯困或者发热时轻轻敲击冰袋,冰袋会瞬间变冷;还有20元包邮的清凉喷雾,卖家称清凉喷雾内包含乙醇、薄荷脑和香料,往衣物上一喷,能通过物理降温方式迅速带走热量,每月销量2000多瓶。

不仅如此,现在线下实体店也推出不少新型防暑神器。如临顿路一家百货店,清凉冰贴一元一片,商家称生

意好的时候,每天能卖出上百片。以往夏季防暑常常会用到防晒霜、凉帽、长袖套等,现在不少商家和电商平台都推出令人脑洞大开的防暑神器,比起传统的降温方式,新型的防暑神器采用物理降温或化学降温方式,降温效果更好。但也会出现一些问题。李小姐的父亲反映穿上空调衣之后确实凉快不少,但被风吹得鼓鼓囊囊的衣服很影响干活,看起来也很不雅观,市民周先生称第一次用清凉喷雾就没有控制好剂量,用完就感冒了。

记者对此提醒,夏季降温很重要,但是切不可过分贪凉,适度出汗对身体也有好处。(吴讯 清云)

近期肉蛋价涨 蔬菜有升有降

立秋已过,虽说节气意义上的秋天已经到来,但气象意义上高达35度以上的连续高温日没停歇,秋老虎威力巨大。近期主副食品批零价格监测数据显示:肉蛋价涨,淡水鱼总体平稳,蔬菜有升有降。

肉蛋颇具涨势 南环桥批发市场监测得,白条肉今日批价(每500克,下同)9.45元,周环比上涨4.42%;鸡蛋批价4.90元,周环比上涨6.52%;猪肉近期农贸市场零售均价为14.45元,周环比持平;鸡蛋零售均价5.40元,周环比上涨10.20%。

淡水鱼总体平稳 南环桥批发市场淡水鱼批发均价为6.03元,周环比持平;农贸市场零售均价为8.93元,周环比小降1.11%。

蔬菜有升有降 监测发现,多数蔬菜因产地收购价上涨,批发价格呈现明显上扬走势;大白菜0.70元,周环比上涨16.67%;胡萝卜1.20元,周环比上涨20%;长豇豆2.35元,周环比上涨27.03%等。

以上品种蔬菜农贸市场零售均价表现为:大白菜均价2.20元,周环比小降4.35%;胡萝卜均价3.10元,周环比持平;长豇豆均价4.40元,周环比上涨4.76%等。降价蔬菜有黄瓜批价1元,周环比下降23.08%;花菜批价1.75元,周环比下降16.67%;茄子批价0.95元,周环比下降9.52%等。零售价格方面:黄瓜均价3.20元,周环比下降3.03%;花菜5.10元,周环比持平;茄子4元,周环比持平。总体来说,蔬菜批价涨跌互现,主要是由地头价的涨跌表现引起的,目前还没有完全传导至零售端,预计近期批价会出现同步变化。(苏物 亚日)

苏州南环桥牛蛙价格上涨

从苏州南环桥市场监测数据来看,近期牛蛙价格直线上升,七月同期牛蛙批发价每公斤在19.9元,进入八月后批发价每公斤已上涨至28.7元,涨幅44%,创下今年以来牛蛙价格的新高。市场内牛蛙产地有浙江、福建、广东等地,但最近浙江货源开始减少,南环桥市场上牛蛙主要以福建、广东产地为主。据悉,牛蛙价格上涨的原因主要是产地收购价上涨,加之每年七八月份的时候,吃牛蛙的人开始增多,供不应求,品种畅销。

目前虾类品种中依旧是基围虾、草虾唱主角,处于大量上市期,量足价低:是日基围虾批发价每公斤在32-48元之间,草虾批发价每公斤在38-46元之间。河虾已进入季节性滞销期,日上市量只有6吨左右,价格随着上市量的减少开始上涨,批发价每公斤已上涨至120元,与上周价格环比基本持平,与上月同期价格比上涨32%。根据往年上市行情,后期预测河虾的价格还有上升。(苏价 清云)

盛夏:苏城西瓜、饮料和雪糕品种多多

伏天高温,酷暑难耐,西瓜、饮料和雪糕是少不了的消暑良品。本期,苏州市价格监测中心采集超市冰淇淋价格,给大家奉上一份全面的价格清单。

老品牌多口味 采价品牌包括和路雪、蒙牛、梦龙、八喜、伊利、光明等,各品牌在昔口味丰富,水果、酸奶、坚果等,混合多样。如和路雪可爱多系列有草莓、巧克力、芒果酸奶等,也有迷你可爱多系列;口味有芒果+酸奶、提拉米苏+朗姆、黑巧克力+芝士蛋糕、红豆+抹茶等,混合口味新奇搭配,一支雪糕可享多变口感;蒙牛品牌依然有绿色心情绿莎莎雪糕等经典款式,也有优雅之迷草莓口味冰淇淋、随便经典香草味雪糕等相继推出;梦龙有杏仁松露巧克力口味冰淇淋、提拉米苏口味冰淇淋等;八喜品牌口味多样,有巧克力、朗姆、香草、草莓等多种口

味,另有六合一冰淇淋,十分诱人。

同比涨跌互现 监测显示,具有同比涨跌数据的冰淇淋产品共计50个,呈现32涨18跌,总体变化幅度不大。与去年同期相比,今年酷暑时节冰淇淋出现抱团共涨或共跌现象。如和路雪可爱多402克系列非常草莓口味、非常香草口味、非常巧克力口味均价分别为22.69元、20.35元和22.48元,同比分别上涨17.54%、5.13%和4.06%;伊利巧乐兹经典系列如巧脆脆雪糕(80克×6支)、巧恋果雪糕(80克×6支)、香奶棒雪糕(78克×6支)均价分别为15.58元、15.86元和15.21元,同比分别下跌11.19%、8.94%和16.27%。

低价挑选购买,通过横向比价,大家可以选择相对低价的超市进行购买。其中,各品种的大体价格如下;和

路雪红豆哥哥冰棍(800克)均价为16.98元,在大润发东环店、苏福店、何山店和欧尚园区店售价最低,为13.90元;梦龙卡布基诺口味冰淇淋(320克)均价为34.76元,在家乐福体育中心店和东环店售价最低,为28.80元;伊利小蛮生雪糕(65克×6支)均价为16.18元,在大润发东环店和苏福店售价最低,为12.90元;光明白雪冰砖(920克)均价为21.80元,在大润发东环店和宝带店售价最低,为18.90元。

清凉爽口的东西也要适量饮食。炎炎夏日,口感清凉的冰淇淋是很多人中意选择,但在食用时大家也要注意,适合细嚼慢咽。过食甜食会刺激内脏血管,减弱胃肠道的消化功能和杀菌能力,引起胃肠炎、胆囊炎等。(苏物 一得)

青年法绣艺术展在苏州举办

刺绣不一定要用丝线,珍珠、布料、羽毛、螺丝钉、齿轮……任何材质都可以。昨天下午在苏州慈济志业园区开幕的2018青年法绣艺术展,让人耳目一新。

法绣,即法式刺绣,起源于印度,通过丝绸之路传到法国,再经过法国的文化演变,形成了一种独特的刺绣技法。法绣运用的是隐藏式反面刺绣法,绣时将面料正面向下,用钩针将珠片、水晶等从背面固定在面料上,也称之为“盲绣”,全靠绣者用手去感受珠片走向,绣出干净整洁的背面。法式刺绣通过不同材质的铺垫组合,更直观地表现出绣品的浮雕效果。

今年31岁的台湾青年宋亚稚随着台商父母在苏州长大,一米八的个子,满脑袋聪颖的他,对刺绣情有独钟。在苏州外国语学校毕业后,宋亚稚先

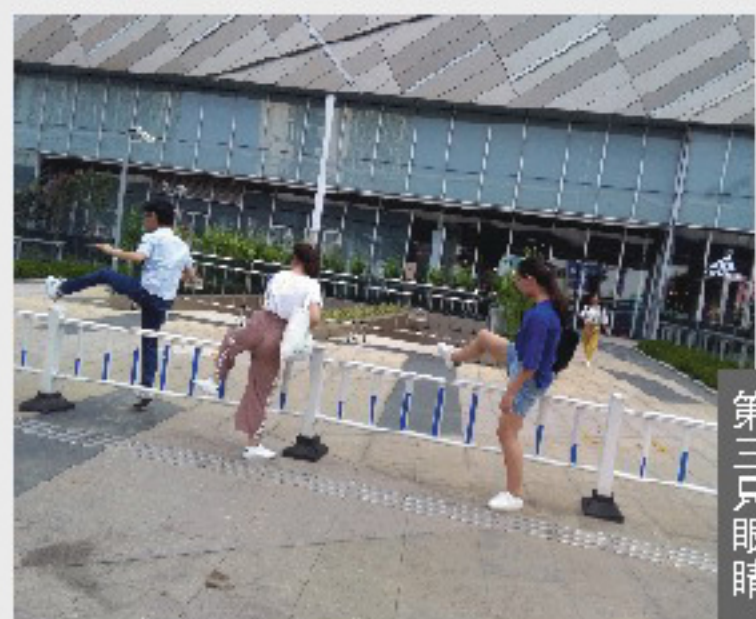
后在Cloud旗下的刺绣工坊,法国Leangc 绣坊研修技艺。前不久,他的法绣作品《The quacco》在英国刺绣坊HoodedLock举行的刺绣比赛上获得了金奖。这是中国人第一次获得这个被誉为刺绣界“奥斯卡”的奖项。在国外,法绣较多地运用在时尚界,宋亚稚的作品也引来了时尚圈的高度关注,Body zaga、杨紫、谭元元等演艺明星都穿过由他定制的法绣礼服。

三年前,宋亚稚与他的合伙人张晓星将法绣艺术带回中国,在上海创立Luo e ville 黛露刺绣工作室,为东方刺绣艺术赋予时尚内涵。京剧里的青衣、古画中的仕女,以及年画、剪纸等传统艺术为宋亚稚带来无穷的创作灵感。法绣与苏绣结合,能各取所长。

记者在昨天的展览上看到,“小花

旦”系列、唐代《簪花仕女图》、灯谜屏风等法绣作品都融入苏绣艺术。以花旦系列为例,宋亚稚介绍说:“通过不同的金线,不同材质的层叠,去表现出花旦头饰的丰富质感。而花旦脸的部分,欧式刺绣无法表现的细腻,则用苏绣进行更好地表现。”

从小受苏州文化熏陶,宋亚稚一直把苏州当成精神上的第二故乡。他的法绣工作室三年来吸引3000多位青年前来学习。宋亚稚认为,从法绣艺术受关注的程度来看,苏绣学徒断层只是暂时的。法绣体现了中西文化有机结合,与当下的生活十分贴近,也与时尚紧密相关,再加上好的创意,这是刺绣艺术走向更广阔天地的重要力量。2018青年法绣艺术展将持续到本月26日闭幕,市民可前往免费参观。(陈艺 清云)



第三只眼睛

一群年轻人出地铁站,众人齐跨护栏,这种不文明的行为被人唾弃。这种抄近路跨护栏存在安全隐患,小不注意就会被扎伤身体,不划算,伤不起的,还是走人行道吧。 任祥/摄