

# 春节出境游预订高峰已到 有出境游计划的抓紧了

2019年春节,苏州市民旅游消费预计又将创新高。距离春节已不到2个月,来自市旅游市场以及大型旅游网站数据显示,12月春节出境游产品已全面上线并进入预订高峰,火爆不减往年。价格整体持平,部分线路价格比往年下降5%到10%。目前关注度和预定量最高的依然是日本、泰国和中国香港。

春节这样的长假,对于苏州乃至国人来说是举家旅游、长途旅游的好时机。据统计,携程APP、网站以及线下门店,都已经收到大量游客报名,进入12月报名人数环比增加了五成。针对春节旺季,携程上线了包括跟团游、自由行、签证、海外玩乐、当地向导、定制游、私家团在内的数万条春节出境游产品。

针对旅游消费升级,春节以家庭游为主今年推出了大量“私家团”产品,2人起就可以成团,享受专属导游服务,同时享受跟团游的服务和自由行的灵活。在日本、巴厘岛等不少热门线路,10个报名的游客中就有1个选择私家团。

订机票到目的地参团,也成为今年的新潮流。比如,港珠澳大桥、广深港高铁的开通,今年春节通过高铁、自驾等方式前往香港游玩的需求激增。携程新上线了香港目的地参团产品,消费者可以自主预定大交通,行程设计也不局限在热门的目的地,还会将目光放在香港较为冷门的村庄和小镇,感受独有的港式风味。

根据携程预定数据显示,春节热度最高的十大目的地为日本、泰国、中国香港、新加坡、法意瑞、越南、美国、土耳其、加拿大、澳新。一些短线目的地如菲律宾、柬埔寨等将在未来1个月内进入预订高峰。

日本从明年1月起针对高校生,3年内有两次赴日经历游客放宽签证收入要求,将惠及数千万游客。目前,携程已经上线了3000多条春节日本游线路,热门的京都+大阪或者本州环线跟团游,北海道赏雪线路春节班期都已售完过半。

一些较小众目的地将在春节假期收获不错的出游人数,其中包括加拿大、北欧四国、墨西哥古巴等目的地都在春节发力。

目前,中国游客前往加拿大可以享受以蚂蚁信用代替资产证明的优惠,惠及不少旅行者。来自携程门店的数据显示,春节前往加拿大赏极光线路的线路咨询量激增100%。加拿大耶洛奈夫3日跟团游唯美极光之旅“春节部分班期已爆满。”

此外,今年越来越多的游客将目光投向距离中国遥远的南美和南极。据携程自营数据,墨西哥古巴、巴西阿根廷、南极线路游客增长都在100%以上,而北欧四国则是欧洲的黑马,极光、冰雪线路受游客追捧。

据介绍,包括马代、澳新之类的目的地价格还比往年下调了5%到10%。携程相关负责人表示,春节出门如果想找一些不那么拥挤的目的地,特别是一些新目的地,可以选择塞尔维亚+波黑,目前这两个目的地已经对中国游客免签,白本护照即可前往。此外土耳其、东非的肯尼亚、坦桑尼亚等也处于淡季,可以考虑春节错峰出游。(陈鹤鑫 陈东风)

## 张家港市发布首个志愿服务团体标准

最近,张家港市市场监督管理局、张家港市文明办、张家港市检验检测中心为进一步规范志愿服务建设、管理和运行,联合起草张家港市志愿者协会团体标准《志愿服务站(点)建设与服务规范》正式发布,同时对6家首批获评的标准化志愿服务站进行了授牌。

《志愿服务站(点)建设与服务规范》规定了志愿服务站(点)的分类、建设要求、服务规范及服务过程,为张家港市志愿服务站(点)建设提供了一套行之有效且可复制的操作流程。据悉,此团体标准为全国首个志愿服务站点标准,也是张家港市第一个公共服务类的团体标准。该团体标准的发布,标志着张家港市志愿服务从制度化向标准化迈进了一大步,同时也是张家港市质量强市中“文明质量互融共建行动”的又一丰硕成果。(张洁 协鑫)

## 苏城空调价格平稳

严冬来袭,苏城空调慢慢热卖起来。如何选择一款性价比高的空调,让我们来看看各电器大卖场的报价。

一、空调品种多样 价格高低不一

苏城市场热卖的品牌有美的、格力、三菱电机、海尔、奥克斯等。比如人民商场格力空调零售价在2千多元到9千多元不等,具体型号KFR-26GW/(26982)Aa-3成交价2399元,型号KFR-72LW/(7255FNhAa-A1)成交价9499元。大金空调售价在5千多元到1万多元不等,具体型号FTXR2363C-W/WN成交价5700元,FXVG1723C-W/WN成交价14800元。五星电器石路店格力空调售价在2千多元到4千多元不等,具体型号KFR-35GW/(35592)FNAa-A3零售价3299元,型号KFR-35GW/(35597)

元,型号KFR-72LW/(7255FNhAa-A1)成交价9499元。大金空调售价在5千多元到1万多元不等,具体型号FTXR2363C-W/WN成交价5700元,FXVG1723C-W/WN成交价14800元。五星电器石路店格力空调售价在2千多元到4千多元不等,具体型号KFR-35GW/(35592)FNAa-A3零售价3299元,型号KFR-35GW/(35597)FNhAa-A1零售价4299元。

二、与去年同期比较 价格走势平稳  
人民商场的三菱重工空调型号SRKQD35HVB今年成交价为3999元,与去年同期相比基本持平;人民商场美的空调型号KFR-35GW/DY-DA400(D3)成交价为2499元,与去年同期相比持平。(苏物 倩云)

## 冬季羊肉热销 价格上涨

近日已进入二十四节气中的大雪,苏城最低温度一下子接近0℃。老苏州有“小雪腌菜,大雪腌肉”的传统习俗。

进入12月份,到了市民制作腊肉、香肠的季节。当前南环桥市场肉类销售日益趋旺,销量增长明显,价格也是小幅抬头。今日猪肉批发价为17.1元/公斤,较上周同期的16.9元/公斤环比微涨1.8%;但较去年同期的19.7元/公斤同比下跌13%。后期随着元旦、春节的日益临近,腌肉、香肠的加工需求大增,猪肉价格仍将稳中趋升。

除了猪肉外,具有驱寒保暖功效的羊肉也成了老苏州们饭桌上的一道美食。据了解,南环桥市场销售的羊肉主要是来自河南、河北、山东、内蒙等地的山羊和绵羊,当前市场每天羊肉走量已经在400多头以上,受消费需求带动,羊肉批发价由上周同期的530元/公斤涨至61.0元/公斤,环比上涨15%;与去年同期的51.0元/公斤相比,涨幅达20%。后期随着气温逐渐走低,将迎来羊肉销售的高峰期,市场日均批发量将达到700头左右,价格方面还有小幅上涨空间。(苏价 一得)

### 我说消费

#### 广告用语应让“抢”字出局

日前,笔者在苏州汽车南站旁南环高架路的巨幅电子广告上,看到一则全苏州“抢美”的广告,看了心里很不爽。苏州是全国文明城市又是旅游圣地,苏州人温文尔雅,这样的大幅广告竟然出现在车水马龙的南环高架路上,真是大跌眼镜。

无独有偶,前不久还出现过诸如“万人空巷抢空调、电视机”之类的广告,这些都是无中生有的广告。在目前供大于求的家电市场不可能出现的现象还在做这种广告,岂不是在欺骗消费者吗?广告词能不能不用“抢”字呢?能不能文明一点呢?

笔者真诚希望广告公司以及整个广告产业加强自律、择善而从,自觉呵护广告产业,建议相关职能部门加强监管,对于虚假广告能够及时查处,规范广告用语,为提升城市的文明水平贡献力量。范世琦

## 工艺大师复制完成“苏州园林”木雕模型

一个怡园面筋的1:10木雕模型,和实景面筋完美对应,近日,吴中区光福镇中国工艺美术大师钟锦德完成了这样一件作品。据了解,他将雕刻技艺与古建筑营造技艺相结合,经精准数据测绘,制成与园林古建一模一样的木雕模型,对古建筑保护工作具有重要参考意义。

他以拙政园倚玉轩、天泉亭、绣绮亭等为蓝本创作了一系列苏州园林古建筑木雕模型。以怡园面筋为蓝本创作木雕模型是他最新创作的一件作品,运用浮雕、圆雕、透雕、立体雕等多种雕刻技法,雕几块花窗、构一道长廊,排出一列檐头,全榫卯结构撑起一座面筋。“创作过程中,从样式、尺寸到装配等环节,都力求遵循传统建筑的结构营造技艺与工序。”钟锦德说。

除了全榫卯的扎实结构,支撑其作品

与实景一模一样的,是精确的数据测绘。拿倚玉轩来说,光采集数据就花了近三个月,拍了几百张照片。钟锦德曾多次赴现场测量宽高、比例、角度等数据。曾有一名建筑老板,向钟锦德买了一座凉亭木雕模型,不久后便依据模型,在自家院子里建造了一座真实的亭子。钟锦德设定了一个“20年计划”,下个20年,他要把苏州的著名台榭数据采集完成,继续深耕一系列木雕模型作品。(苏艺 一得)

## 艺术家与居民携手创作社区公共艺术品

在苏州工业园区菁英公寓,经过改造的晾衣区成为年轻人的“打卡”胜地。在艺术家和居民携手创作下,原本单调的晾衣架涂上了鲜艳的彩虹色,一个个俏皮活泼的卡通和字母图案也为此增色许多,营造出轻松、浪漫、向上的文化氛围。

品难度更大,也更能达到活动的意义。参与中,大家要结合社区的文化和特色,选择合适的公共空间进行创作。社区的独特性直接决定了作品的独特性,大家亲力亲为,一方面感受到艺术是可亲近的,同时通过参与,强化了作为社区一员的自豪感。

在桂浦新盛社区的篮球场,一组依托篮球场创作的人物剪影为小区增添了几分酷炫的色彩。这件作品的构思来源于油画艺术家陈夏辉,经过两天的紧张创作,他和社区居民共同完成了这一作品——《酷炫篮球场》。作为“艺术走近你,艺术进社区”打造的重磅活动,社区公共艺术创作大赛自去年首度举办以来,引发极大关注和热烈参与。迄今为止,活动已累计走进园区下辖50个社区,产生了广泛

的影响力。”对大部分居民而言,平时可参与的艺术体验机会很少,所以这次得知活动走进我们小区,觉得很兴奋,非常想参与其中。”

谈及与艺术家共同在社区创作《吉祥水纹》,文萃路社区书记钱宗明侃侃而谈。“我们选择的公共空间位于小区的中央位置,原来是一座瀑布景观墙,后来出现了故障,我们也正计划改造,正好遇到这次机会。”钱宗明透露,在结对艺术家王楷的指导下,二十多位居民走上了“创作一线”。“我们在墙体画一些古代的水纹形状,很好地装饰社区的公共空间,提升社区文化和特色;而且,因为是亲自参与,大家对于小区的融入感也更强,共筑‘艺术园区’。”(李公 倩云)

## 诚品上榜“中国服务”·旅游产品创意案例名单

最近,由中国旅游协会主办的“中国服务”·旅游产品创新大会在北京举行,会上公布了2018“中国服务”·旅游产品创意案例名单。其中,苏州工业园区金鸡湖景区游客必打卡点——诚品书店成为江苏省唯一上榜单位,与故宫博物院、高德地图、微信支付等一起入围十大案例。

位于金鸡湖景区的诚品生活苏州,是一座集人文阅读、创意设计、生活风格为一体的综合文化创意平台,也是诚品在大陆的首家旗舰店。以“一座人文阅读、创意探索的美学生活博物馆”为定位,建筑面积5.6万余平方米,备受瞩目的诚品书店坐落于2、3楼层,占1.5万平方米。除了持续深耕阅读领域,诚品更秉承“人文、艺术、创意融入生活”的核心价值观,注入各类文艺活动、时尚创意美学商品,创造独特的人文空间与氛围,提供给市民、游客全新的阅读与美好生活体验。在金鸡湖畔,享受“诗与远方”的交融。诚品生活苏州由美国建筑师协会荣誉院士姚仁喜先生担任建筑设计,以“净·探·聚”为概念,透过不同形式的动线和空间规划,更以丰富层次的空间串连,让人自由探索游玩其中,从而达到将喜爱阅读与渴望美好生活的城市人聚集的目标。市民游客在诚品的空间里体验、参与、学习、欣赏、互动,并在诚品空间里呈现独具一格的人文风景,最终形

塑了专属于诚品的“场所精神”。作为阅读与文化交流的平台,诚品生活苏州构建多元文艺空间,每年不间断举办300余场各类文艺活动,内容涵盖文学、艺术、设计、生活风格等,形式不拘于展览、讲座、表演等,全面拓展民众关于“阅读”的想象。诚品生活苏州除提供15万种、50万册来自世界各地的丰富藏书外,也包含了从时尚潮流、风格美学、创意设计到人文视野的多元文化生活品牌,关照人们生活的所有面向。”诚品生活采集X苏州”更是诚品来到苏州的诚意之作,邀请苏州非物质文化遗产代表工艺,以新颖形态展现苏州2500年古城的文化底蕴。(陈茗 一得)

## 察院场地铁站里的“乞丐”



第三只眼睛

苏州察院场地铁站里有个包着头巾的“乞丐”跪在地上,面前放着一只小盆,向路人讨钱,在人来人往的市中心地铁站出现这样一幕,却不见城管人员管理,严重影响了苏州的城市形象。金刚/摄