

住帐篷风行 关键要选对

厦门银行漳州分行党建品牌发布

本报讯(记者 肖轲 通讯员 林荣宗) 结合共建合力, 党建引领促发展。8月1日, 厦门银行漳州分行举行“金融梦 红乐章”党建品牌发布会暨共建签约仪式。

仪式上, 厦门银行总行及漳州分行负责人共同为漳州分行“金融梦 红乐章”党建品牌揭牌。该党建品牌是厦门银行漳州分行对总行“金融梦 奋斗者”党建品牌精神的延续, 将进一步强化漳州分行党建引领经营及管理的高质量发展。

随后, 厦门银行漳州分行分别与漳州市地方金融监管局、漳州市九龙江集团签订党建共建协议, 通过与监管单位和战略合作伙伴在政策配合和金融融合等方面的继续深化, 将党建共建开展综合成效落到实处; 厦门银行漳州分行党委下设的三个党支部分别与碧湖街

道锦元社区、三宝集团、福建众亿有限公司签订党建共建协议, 通过社区共建、银企共建、楼宇党建等形式, 与创城结对社区、总行级战略客户和优秀的友邻企业开展共建活动, 促进双方共同发展。

近年来, 厦门银行漳州分行发扬拼搏敢赢的奋斗精神, 积极探索党建工作新思路、新举措, 通过党建创新为银行经营管理提供新动能, 持续推进党建与业务发展深度融合, 促进对公业务、零售业务、对台金融等各项业务多点开花, 实现了规模、质量和效益的协调发展。接下来, 漳州分行将以此次仪式为契机, 继续探索党建与业务融合发展新模式, 以党建水平提升推动漳州分行高质量发展, 同时携手各共建单位, 齐心协力, 共同打造共建、共享、共融的银政企合作新典范, 推动共建成果落到实处。

视频平台再掀涨价潮

你会续费吗?

日前, 芒果TV发布通知, 将于8月9日调整芒果TV会员、芒果TV全屏会员价格, 月卡、季卡、连续包月、连续包年等会员产品价格上调3-20元不等。

据悉, 这是芒果TV不到一年内第二次上调会员价格。官方通知一经发布, “芒果TV会员又涨价”这一词条冲上热搜, 消费者纷纷在网上参与讨论、发表看法, 话题热度居高不下。

市民刘晓媛明确表示: “现在电视剧、综艺的质量越来越差, 还涨价, 这次会员到期我不会续费了。”上班族郭越也表示: “虽然折算下来一天会员就几毛钱, 但我平时工作忙, 真正看会员视频的时间很少, 现在又涨价了, 仔细想想不划算, 未来应该不会续费。”记者浏览社交平台发现, 不少人对本次会员价格上调并不买账。

除了芒果TV, 此前, 腾讯、爱奇艺、优酷等多个视频平台均宣布上调会员价格。会员越来越贵, 但用户体验却没有随之提升。“最开始买会员, 是为了看剧时不看广告, 现在界面上的广告见缝插针无处不在, 这简直是广告客户端”“视频一

按暂停广告就铺满全屏, 一不小心点到还自动跳转广告界面, 我感觉自己是花钱看广告”“一个多小时的综艺节目, 有20分钟都在放广告, 本来想好好看节目, 搞得没心情了”……广告植入越来越多, 会员用户体验感差, 是众多消费者质疑视频平台频繁涨价合理性的重要原因。

不过, 部分消费者表示仍会续费会员。市民林晶晶是芒果TV某部独播热门综艺的忠实粉丝, 她说: “我追这个综艺好几年了, 它是独播的。虽然涨价了, 但为了它我想我还会续费。”另外, 还有一部分人表示要再观望一段时间。“今年年初为了看《一年一度喜剧大赛》, 我充值了爱奇艺会员, 虽然那时候会员刚涨价, 但是节目好看, 这钱花得值。”市民陈立亭表示, 他一般会等平台上线了吸引自己的优质好作品, 再考虑充会员。可见, 要让消费者为上涨的会员价格买单, 视频平台提升会员服务质量是关键, 如果一直打着“为提供更优质的服务体验”的旗号频繁涨价, 但平台产品质量却一直不人意, 那消费者对涨价合理性提出质疑就不足为奇了。

■本报记者 王怡婧

近年来, “露营热”悄然出圈, 暑期“避暑热”也助力露营经济强势崛起。到野外来一场亲近自然的露营, 成为越来越多市民周末的新选择, 而一款好的帐篷能为户外活动提供一个相对舒适的休息环境, 帐篷逐渐成为消费者的露营刚需。

价格跨度大 质量不一

记者走访发现, 部分运动用品超市搭起了帐篷, 售价为几百元至上千, 还摆放着蛋卷椅、睡袋等配套露营设备。导购员吴女士介绍, 最近询问和购买的人很多, 以年轻人为主。

在天猫、淘宝、京东、拼多多等电商平台上, 帐篷的款式选择更多, 有充气帐、快开帐、隧道帐、金字塔帐、车边帐、屋脊帐、徒步帐等。在天猫露营帐篷热销榜排行第一位的骆驼户外便携式折叠帐篷, 根据不同款式售价在409元到

2199元, 月销量达1万以上, 原始人品牌的四季帐月销量达到7000以上。不少消费者表示, 通过网购平台、商超实体店和直播间等渠道购买帐篷, 挑选帐篷时更注重实用功能, 产品价格、品牌口碑等。

“儿童帐篷颜值高, 但用料却只是很薄的一层布, 用两次就裂开了。”市民林佳佳先后购买过两款帐篷, 体验感都不好, “而且收纳袋太小, 收纳非常费力。”在采访中, 还有不少消费者表示, 遭遇过虫子爬进帐篷、暴雨时躲进帐篷仍被淋湿等情况。

近日, 上海市消保委购买了10款帐篷, 包含标称为Naturehike、迪卡侬等品牌, 价格234元至699元不等。比较试验参照GB/T33272—2016《遮阳棚和野营帐篷用织物》等相关标准, 对帐篷的牢固度(撕破强力、断裂强力)、功能性(防水、防紫外线性能)、安全性(阻燃性能)进行了测试和评价。

有4款样品综合评分较高, 分别为在上海珑圣商贸有限公司(京东, 能量牛户外旗舰店)购买的3-4人黑胶牛津格子布帐篷, 标称商标为ANT TRIBE, 标称尺寸为218厘米×218厘米×150厘米(长×宽×高), 价格为539元; 在上海雪鹰贸易有限公司(京东, 雪鹰运动户外专营店)购买的P系列防紫

外线压花款帐篷, 标称商标为Naturehike挪客, 标称规格型号为长205厘米×宽(45厘米+160厘米+40厘米)×高110厘米, 货号NH18Z033-P, 价格为398元; 在迪卡侬(上海)体育用品有限公司五角场分公司购买的休闲类帐篷, 标称商标为Quechua, 标称规格型号/货号为CC:308291, 价格为399.9元, 以及在上海绿鑫电子商务有限公司(京东, 绿鑫户外专营店)购买的小号一窗透气帐, 标称尺寸为210厘米×210厘米×140厘米, 型号为CS-8762, 价格为248元。

选好帐篷 在野外“打地铺”

露营热度不减, 市面上帐篷琳琅满目, 该如何挑选?近日, 广州市消委会开展了露营帐篷网络问卷调查活动。调查结果显示, 露营帐篷在21~50岁的人群中成为消费热点, 最受青睐的是价格在201~500元, 可容纳3~4人, 手抛速开式的穹顶形帐篷, 主要用于近郊聚会或公园绿地休闲等场合。

针对休闲聚会场景, 如公园绿地、近郊湖畔等, 可挑选搭建和拆卸都较方便的圆顶帐篷; 内部空间较大、舒适度较高的隧道式帐篷; 防晒、通风性好、容纳人数多的天幕式帐篷。针对徒步远足场景, 如在丛林高山、草原草甸使用, 可挑选空间大、稳

固性强、抗风性能好的六角式帐篷; 重量相对较轻的鱼脊式帐篷; 适于驾车族或相对固定的野外作业露营的屋脊式帐篷。

帐篷一般由外帐、内帐、帐底、帐杆、地钉和帐绳五部分构成, 因此可结合以上五种部件及其材质进行选购。外帐是帐篷的保护层, 最常见的外帐涂层是PU涂层, PU800涂层表示在800mm静态水柱下不渗漏, 即在一定时间限度内可防小到中雨; PU1500涂层可在一定时间内防中到大雨; PU2000及以上涂层则适用于更多环境。中档和高档帐篷的内帐一般使用致密优良的纱网, 能较好地保证帐篷的透气性和防蚊虫功能。常用的帐底材料包括PE布(多用于中低档帐篷)和防水聚酯布(多用于中高档帐篷), 有防水、耐磨功能。要选择强度高、回弹力好的帐杆。DAC铝合金杆主要用于极限环境的专业帐篷, 铝合金杆用于一般的专业帐篷和高端休闲帐篷, 玻璃纤维杆用于休闲系列帐篷。选择抓地力强的地钉, 并根据营地土质、气候等选择地钉类型和材质, 可多带几支混合型地钉备用; 户外过夜建议用有反光功能的帐绳, 避免夜间绊倒路人。

■本报记者 王心如

浪漫七夕 商家变着法子卖花

“天阶夜色凉如水, 坐看牵牛织女星。”明天就是中国民间传统节日七夕节, 在这属于情侣们的节日里, 鲜花成了这一天当仁不让的主角。



“抱抱桶”鲜花成为今年七夕流行款 林露 摄

玫瑰花价声浪上涨

8月未到, 大马头花店、小王子的花房、青瓦在野等花店, 早早便通过朋友圈、抖音等, 开始推广自家的七夕花束。同时, 多个花店老板表示, 近来玫瑰花的价格已上涨了不止。

在市区艺华花艺店的门口, 摆放着红、黄、白、紫、香槟等各色玫瑰。“玫瑰花的价格从上周开始涨, 每天的价格

奇诺玫瑰虽没有红玫瑰热烈, 但是花朵内敛, 奶咖色显得淡雅, 复古中夹杂着小清新, 散发着温暖的气息, 是店里预订的热门款。另一款碎冰蓝渐变玫瑰也很受欢迎, 这是因为在自然界中, 蓝色系的花比较少, 同时蓝色在视觉上给人清新舒适的感觉, 符合当下审美。这两款花经常和其他花搭配成花束。”市区花语花店的老板表示, 现在店里已经预定了很多花束, 从8月1日开始每天都在加班加点包装。

创意花束花样百出

“乐高花可以随心调整花朵的高度和形状, 美丽且不调零, 我已经提前在线上购买了乐高的玫瑰、向日葵、甘草、雏菊、薰衣草等产品, 打算将它们搭配成一束花作为七夕礼物。”市民吴峰分享道。乐高花、手工织花、永生花相框……线上店家的花束五花八门, 线下门店也是琳琅满目。除了做成小熊、独角兽、兔子等多种造型的永生花, 许多花店还推出创意花束定制服务, 满足当下消费者独一无二的需求。

葡萄与白玫瑰、荔枝搭配满天星

■本报记者 林露

炎炎夏日 宠物花式消暑

大暑过后, 漳州迎来持续高温天气, 人们躲进空调房喝冷饮消暑, 家里的“毛孩子”也面临如何解热降温的问题。除了传统的宠物洗澡、剃毛等方式, 游泳、防晒、铺冰垫等新花样成了宠物“过暑假”的新趋势。

游泳戏水剪短毛 给宠物快乐降温

在不少“铲屎官”心中, 修剪毛发是降温消暑的好办法。“最近太热了, 感觉家里的金毛就像穿了件皮草, 我看着都觉得热。”家住龙文区的陈盈莹最近带了家里的金毛去剪毛, 希望能给它一个舒适的夏天。“现在天气炎热, 来修剪毛发的宠物多了不少, 尤其是狗狗, 周末基本从早忙到晚。我们一般会建议顾客提前预约, 不然会等很久。”Pet First宠物优先的店员表示。

除了带宠物去理发, 游泳这种既能解暑又能撒欢的运动也颇受“铲屎官”的欢迎。位于芩城区南坑北路的熊

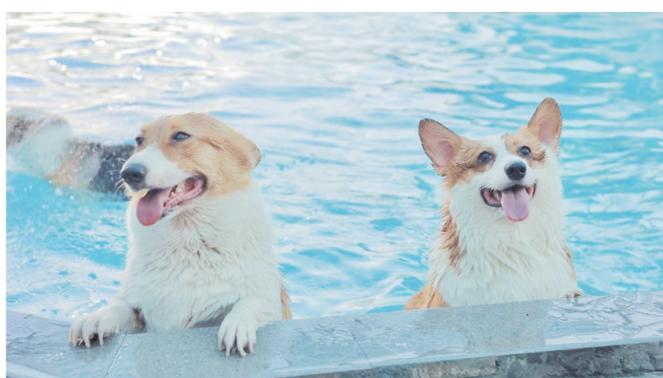
熊宠物乐园, 设有一个50立方米的泳池专供宠物狗游泳, 并提供沐浴露、工具, 方便“铲屎官”在狗狗游泳后, 给它们洗澡。

不少消费者表示, 这里的泳池比较大, 狗狗能玩得尽兴, 而且游泳消耗了体力, 回家就不会“拆家”闹腾了。

风扇凉席冰小垫 清凉方式有讲究

与此同时, 一些宠物专用“降温神器”也获得了“铲屎官”的青睐。记者以“宠物降温”“宠物消暑”为关键词在各大购物平台上进行检索, 能看到宠物冰垫、风扇、凉席、散热板、防晒背心等商品在售, 价格多在120元以内, 不少产品月销量超过了1000件, 有几款冰垫的月销量多达20000件。

最近, 市民晓岚担心家里的柯基热坏了, 买了个耐用的冰垫。她说: “这个冰垫手摸上去凉凉的, 家里的柯基很喜欢, 我一把冰垫放下它就立刻躺上面睡觉, 怎么叫都不愿意挪开。”而市民小张买了宠物专用的水冷风扇给家里的猫散热: “风扇小巧, 加入冰水开风扇吹, 周围温度一会儿就降下来了。”



宠物狗在专设的游泳池里撒欢 本报记者 林露 摄

“冰垫、风扇等的确可以帮助宠物降温, 但是防晒类的装备并没有实际效用, 因为宠物自身的毛发就可以阻挡紫外线。”专业人士认为, 在室内“铲屎官”可以通过将宠物的窝设在阴凉处, 把毛发剃短等方法预防宠物中暑, 但需要注意的是, 有些狗的毛用于隔热, 不能剃, 因

此建议在剃毛前咨询专业人士; 肥胖的宠物要注意减肥, 因为厚厚的脂肪保温能力强, 在高温时更易因散热能力差而中暑; 购买了冰垫等铺垫物的消费者, 要注意做到勤换、勤晒, 防止潮湿, 避免引发皮肤病等各类问题。

■本报记者 林露

自带社交属性 小众运动消费升温

入伏以来, 全国各地陆续开启“炙烤模式”, 但炎炎夏日却阻挡不了市民走出家门的热情。对场地需求不高、器材也较为简单的各种小众运动, 如滑板、飞盘、陆地冲浪、腰旗橄榄球等, 以较强的社交属性, 进一步满足了市民的社交需求, 受到越来越多市民的热捧。

小众运动成新宠

“我的自行车是在前年买的, 家里人很好奇我为什么不选择共享单车。”市民王辉告诉记者, “其实是看了很多运动达人的推荐, 最终选择骑自行车上班, 自己的车骑行比较习惯, 下班后还可以和朋友约着一起骑行, 省去回家再出门健身的时间。”随着健身知识的普及、绿色出行意识的增强, 将自行

车用作通勤交通工具的人越来越多。

今年夏天, 陆地冲浪成为滑雪、飞盘之后的又一项城市新热运动。由于在陆地上就能获得海上冲浪或者雪地滑行的体验感, 陆冲成为不少冲浪和滑雪爱好者在非浪季、非雪季的平替运动。与其他滑板运动相比, 陆冲更安全, 其不费膝盖的优势对中年人来说十分友好。数据显示, 美团、大众点评6月以来陆冲的搜索量环比年初上涨10倍以上, 关于陆冲相关的评价增幅达到了380%。

路亚则是一种“以假饵钓真鱼”的运动, 也被戏称为“水上高尔夫”。“与通过饵料把鱼吸引过来随后钓上来的合约不同, 路亚需要先找到鱼, 再通过假饵以及控饵手法, 把鱼钓上来。”

迷上了路亚运动的市民吴茜向记者介绍。

不仅如此, 滑板、飞盘、腰旗橄榄球等小众运动也逐渐成为市场新宠, 玩法的多样性决定了其受众范围广, 任何年龄段、任何兴趣圈的市民都可以参与其中。

带动周边产品销售

小众运动市场迎来发展良机, 带动了周边产品的销售。在专业性之外, 颜值、品质成为消费者对相关产品的新要求。

记者在迪卡侬、赛琪体育等体育用品专营店看到, 部分专营店专门布置了水上运动、骑行等专门展区, 吸引市民体验和选购, 各式防晒服、遮阳帽、头盔、手套、行车记录仪、太阳镜、桨板、护

具护膝等商品应有尽有。“夏天水上运动商品销量最高, 购买防晒喷雾、遮阳帽等相关装备的顾客很多。”迪卡侬导购员陈女士说。

国家统计局发布的数据显示, 中国运动人数增长迅猛, 预计2025年将达到5亿人。其中, 攀岩、滑板、帆船、冰球等小众运动的参与人群日益增加。这一趋势也使得运动相关消费步入新的增长期, 在电商平台唯品会、骑行、飞盘、壁球三项运动的相关商品搜索量在7月达到同比三位数增长。

“因为这些小众运动, 我的朋友圈逐渐扩大, 这些小众运动大多以兴趣为导向, 好像已经成为某种‘社交暗号’, 把拥有同样热爱的群体聚集到一起。”市民王辉向记者介绍了自己的周末计划: “周六傍晚和同事骑行, 周日下午和朋友相约玩飞盘, 晚上去广场玩滑板, 这样周末就充实起来了。”

■本报记者 王心如



采价日期: 8月2日 9:00-11:00 计量单位: 元/500克

品名	新华都	大润发	沃尔玛	延通市场	北桥市场	东岳市场
绿豆	4.58	7.80	4.98	6.00	8.00	7.00
猪精瘦肉	17.8	22.80	26.80	22.00	22.00	20.00
带皮后腿肉	11.98	18.05	16.80	16.00	16.00	14.00
排骨	29.98	39.45	49.80	37.00	38.00	36.00
牛腱子肉	49.98	65.80	/	55.00	50.00	53.00
牛腩	49.98	52.80	/	50.00	45.00	50.00
白条鸡	13.8	9.90	/	13.00	14.00	14.00
鸡场蛋	6.98	5.98	7.50	6.50	7.00	6.50
鸭蛋	7.98	6.58	8.90	7.00	7.00	7.00
冻带鱼	18.98	23.80	/	21.00	23.00	20.00
草鱼	10.98	12.80	11.90	11.00	10.00	10.00
白鲫鱼	19.98	19.80	22.50	14.00	15.00	12.00
芹菜	6.98	6.88	8.98	6.00	6.00	7.00
黄瓜	1.98	3.58	3.48	4.00	4.50	4.50
萝卜	1.38	2.48	1.78	2.50	2.50	2.50
茄子	1.58	1.58	5.98	4.50	4.50	4.50
大白菜	1.58	2.78	2.49	3.00	3.00	2.00
上海青	2.98	4.38	4.98	4.50	4.50	4.50
空心菜	2.98	3.78	5.98	4.00	4.00	4.00
西红柿	2.98	3.98	4.98	5.00	5.00	5.00
胡萝卜	2.38	3.58	2.88	3.00	3.00	3.00
花菜	3.58	5.58	5.98	4.00	4.00	4.50
油菜	4.98	3.98	4.98	4.50	5.00	4.50
富士苹果	7.98	6.98	8.98	9.00	7.00	7.00
鸭梨	4.98	4.98	3.98	8.00	6.00	6.00

(漳州市发改委提供)

备注: 以上信息仅供参考。更多市场行情请登录“漳州菜篮子” <http://www.zzclz.com>