

花艺沙龙、知识科普、园艺造景、鲜花基地参观……

# 想体验这些有趣活动 就当春城花都体验官

18—60周岁的昆明市居民可报名

记者获悉,由昆明市城市管理局主办的“2022中国昆明‘春城花都体验官(百姓花使团)’招募活动”将于9月2日正式启动。活动将招募40名18—60周岁的昆明市居民,组成“春城花都体验官(百姓花使团)”。

此次活动旨在打造一支属于昆明本土的城市品牌宣传队伍——“春城花都体验官(百姓花使团)”。在9月、10月两个月内,开展点亮“春城花房”、共建“春城花城”、走进“春城花乡”三大主题活动。活动内容包含花艺沙龙、知识科普、园艺造景、

鲜花基地参观等沉浸式互动体验。通过花艺、园艺探索创新城市鲜花经济,将“中国春城”城市名片融入昆明人的日常生活,让广大市民看得到、触得到、可参与,从而进一步传播鲜花文化,提振鲜花经济,升华城市气质,展现“中国春城”的独特魅力。

活动招募时间从9月2日9时开始,一直持续至9月8日17时。招募名额一共40人,将涵盖网络达人、行业代表、媒体代表、市民代表等不同群体。感兴趣的市民可拨打电话0871—65302540进行报名(仅法定工作日9:00—17:00接听),

或关注昆明市城市管理局官方微信公众号平台“漫游花都”,后台回复“春城花都体验官”进行报名。

本次活动不涉及任何报名费用,报名成功者将会在9月8日17时前收到电话通知,未接到通知则为名额已满、报名未成功。市民通过招募成为春城花都体验官后,每名体验官至少确保参与2场及以上主题活动,并在活动当天通过个人社交媒体平台以图片、视频、直播等形式发布活动相关信息,对活动进行宣传。

本报记者 孙琴霞

## 我省中秋旅游订单火爆

携程数据显示:较端午假期增长144%

暑热退场,中秋假期近在眼前。8月31日,携程平台发布的《2022年中秋及秋游预测数据报告》显示,自端午中远程旅游市场出现拐点以来,国内旅游市场保持本地游、周边游加速复苏,长线游企稳回升的发展态势。

### 中秋假期迎来机票价格洼地

截至8月30日,中秋假期订单对比端午同期增长137%,其中交通品类领衔增长,机票、火车票订单量分别增长近2倍、5倍,跟团游、主题游复苏显著,涨幅分别达到453%、525%,酒店、租车涨幅均超过一倍,中秋有望成为今年旅游市场复苏表现最好的小长假。

携程平台数据显示,截至8月30日,今年中秋假期本地游、周边游、长线游订单占比分别为23%、24%、53%,长线游较今年端午同期占比提升幅度近三成。今年全国中秋热门目的地TOP10分别为:上海、北京、南京、长沙、杭州、长春、广州、青岛、苏州、西安。截至8月30日,云南中秋假期订单较端午假期订单相比增长144%,其中中秋周边游比例为6%,长线游比例为90%。中秋热门景区前十名为中科院西双版纳热带植物园、丽江古城、曼听公园、野象谷、玉龙雪山、西双版纳傣族园、泸沽湖、长湖、黑龙潭公园、苍山。

此外,中秋假期迎来机票价格洼地。携程平台数据显示,中秋假期单程含税机票价格为770元,较暑运期间单程均价963元回落两成,而9月整体机票均价也保持在750元左右的水平。另外,国庆期间机票价格更高,当前的购买均价为824



人与亚洲象和谐相处的野象谷,入选云南中秋热门景区前十名。本报记者 戴振华 摄

元。因此,趁着国庆旺季前外出感受初秋风情,成为性价比之选。

### 露营在初秋时节继续受欢迎

近日,全国多地散发疫情又起,中秋小长假本地、周边休闲度假将大概率成为主流。

出行距离缩短之下,居民休闲需求也呈现出消费频次提升、消费场景多样的特点。“短距离、低消费、高频次的近程旅游和本地休闲,为传统的旅游景区注入新内容,也让传统的消费场景成为新的旅游景区。”中国旅游研究院院长戴斌日前在公开演讲中表示。

露营在初秋时节继续受欢迎,携程平台数据显示,截至8月30日,中秋假期露营商

品交易总额对比端午同期增长58%,延续清明以来的大热趋势。值得关注的是,年轻一代的“颜值主义”以及对品质的高要求较大程度影响了露营业态的发展走向,在携程露营产品评价中,项目丰富度、营地周边景观、是否出片成为好评关键词前三名。

携程研究院高级研究员谢晓青表示,中秋假期旅游半径有望达到今年假期期的峰值,但远途市场能否进一步打开,仍需视近期各地散发疫情发展态势而定。今年以来,游客提前预订期缩短、出游取消率走高令旅业商家经营不确定性也大大增强,在本地、周边游既定趋势下、长途游缓步增长中,如何通过产品升级、内容升级,进而提升游客重游率,成为旅游业商家面临挑战的命题。本报记者 朱婉琪

## 洽洽瓜子 再次涨价

洽洽食品股份有限公司(以下简称“洽洽食品”)日前发布公告称,对葵花籽系列产品进行出厂价格调整,整体涨价幅度约3.8%。电商平台和线下超市从8月21日起已开始执行涨价后的新价格。记者走访市场发现,葵花籽系列产品价格已调整,不少消费者表示,作为休闲零食,洽洽食品的瓜子价格已经“不休闲”了。如果想吃瓜子,他们认为买散称的更划算。

记者发现,这是一年内洽洽食品对瓜子系列的第二次涨价。去年10月,洽洽食品发布部分产品提价公告称,基于公司瓜子系列产品升级带来产品力提升,以及伴随原料及包辅料、能源等成本上升,公司决定对葵花籽系列产品以及南瓜子、小而香西瓜子等产品进行出厂价格调整,各品类提价幅度为8%~18%不等,其中葵花籽系列产品提价8%~10%。

涨价能获得什么效果?在洽洽食品公布的2022年半年度报告中,今年上半年,洽洽食品实现营收、净利润双增长。其中,营收26.78亿元,同比增长12.49%;归母净利润3.51亿元,同比增长7.25%。葵花籽系列是洽洽最为主要的营收来源,上半年来自该品类营收为18.44亿元,占营收比重的68.86%。

为了改善对葵花籽系列产品的依赖,洽洽也尝试拓展燕麦片、锅巴、虎皮凤爪等业务领域,但从收益来看,并不能作为营收“主流”。今年上半年,坚果类营收5.24亿元,占营收比重19.59%;其他类营收3.09亿元,占营收比重11.55%。与葵花籽系列产品还有较大差距。

本次涨价幅度“3.8%”相较上一次有所收缩,但是两次价格上涨的叠加,已经让消费市场有了很大反应。以洽洽食品红袋香瓜子为例,160克的红袋香瓜子售价12.9元,调价3.8%,涨价约0.49元,加上此前调价,这一单品涨价接近1.8元。

最重要的是产品涨价对于消费者的影响。“瓜子都是按克卖,这次涨了不到0.5元,没有太大感觉,不是经常购买,影响可以忽略不计。”市民小苏认为,袋装瓜子作为休闲零食,不是生活必需品,只要涨价幅度别太“夸张”,还是会继续购买。也有不少消费者闻涨就宣布“不吃”。大学生刘松认为,现在可以选的零食品种太多了,这个涨价就吃别的,不用太纠结。

“吃瓜子就是过个‘嘴瘾’,追求性价比才是王道。”炒货爱好者老张给消费者提供了另一种思路:爱吃瓜子,可以选择到农贸市场、超市里购买散称品。洽洽食品红袋五香味瓜子,40元/500克;焦糖味瓜子,60.7元/500克。而以篆新农贸市场的散称瓜子为例,生瓜子14.1元/500克,便宜不少。

本报记者 闵楠

## 机票燃油附加费下调

8月31日,同程旅行收到航司通知,自2022年9月5日起,国内800公里以下航段每位旅客收取燃油附加费60元,800公里以上航段每位旅客收取燃油附加费120元。

这是机票燃油附加费收取标准自今年7月突破历史记录以来的第二次下调。按照新的燃油附加费征收标准,成年人乘坐国内航班,800公里以下和以上航段的附加费成本

(含机场建设费50元)由130元和190元降低至110元和170元,每个航段可以节省20元。

同程旅行大数据显示,今年6月暑期以来,燃油附加费上涨,叠加暑期出行高峰,国内机票平均客单价一直维持在较高水平,8月5日机票燃油费首次下调后,机票价格也随之回落。

燃油价格回落,也将一定程度上为

民航市场带来利好,中秋及国庆假期将有更多用户选择乘机出行。同程旅行发布的预测数据显示,中秋假期三天的机票价格整体呈现“两头高,中间低”的走势,从目前的数据看,9月12日出行的机票价格将达到小长假的峰值。上海、广州、深圳、昆明、贵阳是中秋假期最热门的国内机票出发地。

本报记者 孙江苒

春城晚报

开屏新闻App  
理想生活 即刻开屏

