

人少景美不扎堆

# “捡漏出游”成太原人新选择

“五一”假期虽然结束,但人们出游的热情并未减退。记者了解到,近期机票价格大幅回落,酒店、跟团游等多项旅游产品均价格跳水,形成了“五一”假期后与端午节及暑期旅游高峰之间的错峰出游机遇。记者也从山西东方国旅、山西商务国旅等多家旅行社了解到,节后出游,白领一族、中老年人构成了“捡漏出游”的主力。

## ■ 出游成本降低

5月12日,市民武林军正咨询旅游路线相关问题,准备这两天出去玩一趟。63岁的他是一名退休工程师,计划和朋友去成都旅行,行程特意避开“五一”假期。“退休后时间比较自由,正好去成都的机票打折,价格很合适。”武林军说,他喜欢错峰出游,可避开旅游高峰的人潮拥挤,有更好的游玩体验。

山西商务国际旅行社(有限公司)直客销售总监罗丽娜表示,“五一”期间,受机票价格的影响,部分团费也在上涨,但像乘坐火车出游的团费相对稳定。“五一”过后,整体跟团游价格呈回落状态,以厦门、桂林、贵州等热门地为例,“五一”期间,厦门的团费有近6000元,近期价格回落至3000多元。贵州的团费也由“五一”期间的

5000多元降至3000多元。

作为出游的大头支出项,机票价格的跳水为旅行成本节约不少。记者从各大在线旅游平台了解到,5月中下旬,从太原出发前往各地的机票2折、3折的比比皆是,甚至出现1折多点的“白菜价”机票,不少航班价格甚至比火车票价格都低。根据某在线订票平台的信息,太原飞往深圳,机票价格在进入5月中旬后跳水,5月16日的票价仅为350元,5月中下旬的最低票价甚至能达到295元,相当于1.6折,而太原前往深圳的动车二等座票价最低价为503.5元;太原飞往南京,5月最低票价为228元,而太原前往南京的动车二等座票价在442元至489.5元之间,两种出行方式价格最高相差261.5元。

## ■ 出境游热度高

至尊江西6天5晚游2869元、特色东北四省双卧3480元……近日,我市各大旅行社顺势推出了“老景恋”等特色产品。东方国旅某门店的工作人员表示,他们近期推出的东北四省全景深度游深受欢迎,推出当日报名人数就达近20人,热度比较高。山西商务国旅某门店的工作人员表示,他们针对老年人推出了有吸引力的产品,比如1000多元双飞丹东,行程有5天,性价比很高。

除了机票价格越来越低,国人出国的旅游签证也越来越容易,今年出国比以往更加方便,这也是出境游越来越热的原因。记者了解到,在出境短线游热门目的地中,日本、泰国、马尔代夫、新加坡等方向是更为热门的选择。尤其是日本,随着离岸人民币兑日元汇率的持续增长,近期市民赴

日本旅行的热情高涨。

今年1月底,新加坡和中国互免签证,新加坡便成为了出境游的热门目的地。“目前,太原有直飞曼谷、芽庄、俄罗斯等航班,很方便。另外,市民选择出国游玩,跟团游相对安全一些,性价比也高,如芽庄,团费从2000元至6000元不等。”罗丽娜说,从近期预订的情况看,在旅游目的地选择上,游客更偏爱说走就走的短途免签目的地,如泰国、新加坡、马来西亚。在出游方式上,游客更爱自由行和小包团,高品质、高性价比产品受到青睐。近期有出游计划的市民可尽早作安排,选择正规旅行社进行报名,不要被市面上一些不正规的旅行机构或者团体以“老年人免费旅游”等幌子所蒙骗。

记者 马向敏

既能装水还能装饰

## “情绪水杯”走俏市场

在学校门口,总能看到一群可爱的小学生背着水壶的身影,水壶似乎成了“标配”。然而,记者走访时发现,这款水壶并不是孩子们的专属品,“00后”“10后”的大朋友对水壶也情有独钟,近来,一种“多巴胺”穿搭标配的“情绪水杯”火“出圈”,成为时尚潮人的“心头爱”。

时尚的、可爱的、清新的……位于大南门附近某卖场的一家店铺里,各式各样的配饰化水杯摆满了货架,记者粗略数了一下,大约有三四十种,它们个

个颜色明艳、造型新颖,十分吸睛。按种类分,有拎拎壶、甜筒杯、UU壶、随手杯等,价格在七八十元左右。“夏天到了,这类水杯大卖,天气与情绪有些微妙的关系。”该店主告诉记者,这种配饰化水杯也称“情绪水杯”,不仅限于能背、能拎、能解渴这些实用功能,如今,它还变身为“时尚单品”,能做穿搭标配,承载“快乐情绪”,在这个春夏时节形成一种潮流,消费人群以“00后”“10后”的时尚潮人为主。

记者登录各大购物平台,搜索“情绪水杯”一词,即刻弹出相关页面,海量的产品极大满足消费需求。以某网站上出售的拎拎壶为例,按销量排名第一的,是一款肉粉色与果绿色搭配、容量为1000ml的水壶,造型十分可爱。在众多顾客评价中,“高颜值”“能提供情绪价值”“快乐是一个水壶给的”等词句出现频率较高。随后,记者又在不同网购平台搜索相关信息,发现此类产品种类繁多,好评不少。

据天猫平台数据显示,今年以来,以随行杯、拎拎壶为代表的配饰化水杯成交量增长了10倍,此类产品成交额超过20亿元。业内人士称,如今,以“Z世代”为代表的“00后”“10后”,在他们成长的过程中,更多地关注自身感受与情绪变化,随着越来越多的年轻人愿意为情绪消费买单时,众多品牌厂商也将目光瞄上这一新赛道,开发出更广阔的消费用品,即便是一个小小的水杯,也能在消费领域迎来新商机,衍生出一个蓝海新品类。

记者 李晓琳 文/摄



摆出老物件 招揽新顾客

## 这家小店营销有创意

本报讯(记者 申波 文/摄)沿街前行,消失多年的老物件突然映入眼帘,立即吸引了人们的眼光。这里是西流街东端,一家雪糕批发店门前摆放着一辆老式自行车,车子上还有一个写着“雪糕”的箱子,引起路人关注,该店的生意也因此红火。

5月13日,记者在西流街与兴华北巷交叉口的西南角看到,路边的一条狭窄的空地上,摆放着一辆老式自行车,直把、横梁,从车体上的斑斑锈迹可以看出,这辆自行车至少是30年前的老物件,车座上还摆放着一个白色木箱子,箱体上写着红色大字“雪糕”,极具年代感。只是箱子里并没有裹雪糕的棉被。

少见的老物件,引起了路人的注意,不少人纷纷拿出手机,将这组老物件收入镜头。一位姓路的先生表示,这个自行车冰糕箱

一下就把他带回了儿时,炎热的夏天,5分钱的冰棍,最美的享受。

询问得知,这款老物件其实是路边一家雪糕批发店为招揽顾客而设。店老板介绍,自行车和雪糕箱都是他从网上淘来的,价格不算便宜。在店门口摆放这些老物件是为了吸引顾客,“这玩意意见了还不多看几眼?”记者注意到,这些老物件确实为雪糕批发店招揽来不少生意。尽管是半晌午,店里的顾客已是络绎不绝。

市民罗女士在店里买了40多元的雪糕,她表示,自己就是被店门口的雪糕箱子给吸引过来的,一下子勾起了她儿时的回忆,有了吃雪糕的想法,进店消费顺理成章。她很喜欢店老板的“广告”方式,新颖独特,抓人眼球。对此,店员介绍,生意还是要靠良好的产品质量和合理的价格,以及更到位的服务,才是生存之道。



一款热销的配饰化水杯。