



“该省省,该花花”

这届年轻人开始理性消费

记者秦慧报道 “满减优惠”“抽奖”“买一送一”……形式多样的促销手段在一年一度的“双11”消费狂欢中层出不穷,满天飞的打折广告不停刺激着年轻人“买买买”的神经。面对各大电商平台和线下商场的折扣诱惑,年轻消费者们会在这些特殊节点薅羊毛吗?他们是如何消费的?记者在采访了几位90后后发现,他们既要品质又要高性价比,既热衷网购又不失理性的消费观,令人刮目相看。

个性与品味双重追求

大多数年轻人从小处于家庭核心,他们个性独立、自我,不满足于标准化、模式化消费方式。在面对新鲜事物时,往往接受程度较高。

93年的摇滚女孩王俞大学毕业后跟朋友组建了一个乐队,她在其中担任贝斯手。因其工作性质,王俞经常要登

上大大小小的舞台,面对闪光灯、镜头。在她看来,舞台上屡见不鲜的奢侈品牌不是自己的菜,反而沿街小巷不起眼的小店才是自己的挚爱。这些名不见经传的小店,有些是接受私人定制的礼服店,有些是转售海淘孤品的店铺……“商品价格或高或低,但每一件都与自己的个性相得益彰。”王俞说。

与王俞不同,98年的金融小哥杨韬,每到周末都会出现在杭州各大商场的新锐设计师原创品牌门店。这些品牌店服饰设计多以中国风元素为主,与现代时尚元素融合,比如,将中国的盘扣、立领等元素与西方的西装相结合。杨韬认为,流畅剪裁、极简廓形、去分隔设计是时下流行的国风设计,正是这东方制衣之国的风设计,正是这东方制衣之国的风设计,正是这东方制衣之国的风设计。陈若美满足了他对穿着品味的独特要求。对于月薪过万的杨韬来说,“品牌溢价下的购物

无法悦己,只有适合自己的才能带来‘松弛感’。”

热衷“反向消费”

在杭州某事业单位就职的90后小王,目前正处于职场上升期,因此他没有多余的精力去研究穿搭和价格。在购衣心得上,他主张:“可以买贵,但绝不能买贵了。”换季前后,小王会马不停蹄地到心仪的品牌门店捡一波漏,比如优衣库、MUJI等质优价廉的休闲服装品牌。这样的“反向消费”模式正是当下年轻消费者的缩影,消费行为更趋于理性,不再为冲动消费而买单。

90年的宝妈陈若美热衷各类奢侈品牌,但她并不会去门店疯狂刷信用卡,而是选择从二手电商平台淘货。陈若美在谈到自己对二手产品的理解时说道,“二手平台上的价格比专柜门店便宜很多,有些

甚至低至一折。二手服饰、鞋包只要清洗到位,且没有比较明显的质量问题,与其正价全新的,还不如低价买二手的。”30岁出头的陈若,在杭州一家私企上班,经常需要代表公司出席各类会议、酒会。因此她对服饰品牌的执念较深,陈若说,“一线品牌的服饰在各大节日时也会进行各类促销,但价格依然颇高。我只有在二手平台上无法淘到心仪款式时,才会选择在节日促销时去专柜门店消费。”

热爱网购却不失理性

作为李佳琦直播间的挚爱粉,今年“双11”,91年的小向早早蹲守在直播间等待预售链接的开启,但她并没有在主播的吆喝下盲目地支付尾款,而是在货比三家后理性选择了部分产品。一方面,是因为电商平台频繁大促,加之以往冲动囤货的商品还没有用

完。另一方面,在她看来,有些商品的价格可能线下门店更低。比如说最近提货率最高的地方——各大奥特莱斯门店。每年的11月上旬前后,是砂之船杭州奥莱的店庆大促之日,小向自然不会错过这次给全家购衣的大好时机。在对比专柜门店、天猫直营的价格后,小向在店庆这天大大小小提了7个袋子。虽然一次性花出了大几千,但小向觉得,“在货比三家后花出去的钱其实并没有真正地离开你,它只是换了一种快乐的方式继续陪伴你!”

对年轻人消费观的了解越深入,我们越能发现“精致穷”“大手大脚”等标签仅仅只是他们的表面,他们中的大部分人在消费上其实很理智。年轻人在“悦人”与“悦己”之间越来越倾向于选择后者。而且他们也从未停止过奋斗的脚步,以期让自己的薪资水平配得上自己的消费水平。

嵊州香榧

■叶远钦

提起香榧,很多人会想起嵊州,因为这里是香榧的产地。

嵊州市地处浙东丘陵山区,境内四面环山,剡溪横贯其中,“七山一水二分田”典型的江南山地地貌。境内主要河流有东部黄泽江,南面新昌江、澄潭江,西面长乐江,汇集到曹娥江流向杭州湾入海。嵊州香榧集中产于森林植被茂密,群山环抱的山谷地带。产地东邻四明山脉,南毗天台山脉,西接会稽山脉,北连嵊山山脉。其中会稽山脉,主峰为西白山,海拔1096米,是嵊州香榧的核心区和主产区。

香榧,简称“榧”,属常绿乔木,嵊州香榧外形长椭圆形或梭形,外壳薄而平滑,呈棕褐色,种仁饱满、色泽金黄、口感酥脆、后味甘而爽口,富有独特的香气。香榧是稀世珍品,香榧有一个与众不同的特性,就是从开花到结果,要三年才会成熟,所以枝头上三代同堂,因此,也称之为“三代果”。据本草纲目记载,小孩

食用香榧能促进肠胃健康,有驱虫的功效。香榧还具有化痰、止渴、消痔等功能,香榧仁含脂肪百分之五十,脂肪酸中以油酸、亚油酸、亚麻酸等不饱和脂肪酸为主,有降血脂的功能,还有美容生发等功效,是很好的绿色保健食品。

小时候,物资匮乏,总认为香榧很昂贵,可望不可及。大约在二十多年前,嵊州的大街小巷,陆续开起了一家香榧专卖店,香榧的种类也逐渐多起来,有散装的,包装的。随着香榧广告效应不断增加,香榧也慢慢地深入到老百姓的脑子里。

这些年,在当地政府部门的大力扶持下,香榧产业不断升级,很多地方有嵊州香榧的供货商。很多人买礼品也选择送香榧,每当深秋季节,香榧成熟时候,嵊州很多榧农积极通过自媒体销售香榧,增加了榧农的收入。尤其在云雾缭绕的西白山香榧主产区,很多来自上海、杭州等地的游客,纷至沓来旅游、观光、采购香榧。香榧自然成了嵊州特产中的一张“金名片”,走向全国各地。

不负热爱 奔赴山海

日前,为期两天的2023凯乐石莫干山跑山赛在湖州市德清县莫干山镇举行。本次比赛设10公里、30公里、60公里和100公里四个组别,共有4900多名选手报名参赛。

通讯员谢尚国 摄



今年菊展, 哪幅景致最能打动你的心?

通讯员江水恒报道 当前,杭州正在迎接一场属于这座城市独有的浪漫,2023长三角第三届菊花精品展暨杭州第九届菊花艺术展如约而至,在这场菊花盛宴

上,为大家献上了各具特色、造型独特的菊花艺术作品。我们挑选了在本次菊展上获得造型展示金奖作品,看看哪幅景致最能打动你的心?

高山流水



作品取名为高山流水,这是民乐的一首曲子,源于生活和自然,这曲子表现出高山雄浑、深沉、高洁的神韵,表现了潺潺流水和巍巍高山相映成趣的意境。流水在大自然中变化万千,有小溪流潺潺,有大江去磅礴,有瀑布倾斜的奔腾,还有几个清澈透明的泛音,令

人想起了山泉叮咚水花轻溅的景象。全曲气势宏大,意境深邃,表现出秀丽、柔美的江南情调。而古人通过乐曲抒发对青山秀水的热爱,抒发对世间万物的感恩,对美好生活的向往。作品通过江南丝竹与苔藓景观的碰撞,制作出古典中不失现代韵味的小景。

钱江潮·新城韵



潮,生生不息;城,代代向前。钱塘江不仅赋予城市以名称,更孕育出这片土地最独特、最鲜明的精神气质与文化底蕴。钱江新城二期位于杭州市上城区钱江新城区域以东,旨在打造世界一流的现代化国际大都市滨水湖畔,成为人们心之向往的城市新地

标。本次菊花展花境充分提炼了新城“潮文化”的内涵,通过绿雕植物背景墙的形式将一幅朝气蓬勃、欣欣向荣的新城美好蓝图描绘于眼前。在此花境前,我们不仅能感受到钱江潮亘古不息的脉动,更能感受每一位新城建设者勇立潮头的磅礴力量。

城/市/风/景

台州首家手语咖啡店和天使咖啡师的故事 于无声处传递美好

通讯员谢雅婷报道 台州椒江区东环大道296弄里,有一家特别的咖啡店。这里没有背景音乐,也没有招呼客人的热情问候。

安静的店里,只有滋滋的蒸汽声、咕嘟咕嘟的咖啡流淌声和偶尔传来清洗器皿的声响,顾客与店员不时会用手比划交流。这里,是台州市首家手语咖啡店。

咖啡店很“安静”,顾客点单无障碍

来到这家无声咖啡店,是一个下着小雨的工作日中午。店面并不好找,在一条小巷子里。“天使象征着美好、善良、正直与爱,听障人士虽有缺憾,却是热爱生活的天使,虽无法用声音表达,依然可以用味蕾传递。”这便是“天使咖啡”店名的由来。

店面10多平方米,吧台占据了大部分的位置,只有三四个客座,胜在布置简洁温馨。漫步店内,随处可见手语元素和咖啡文化的融合,比如墙上独特的手语艺术装饰、吧台处各类贴心的辅助点单设备等。这些“无声”的邀请,让顾客从一进门就感受到这家店的与众

不同。在这家门店里,共有2名听力障碍的咖啡师,他们有一个可爱的称呼——天使咖啡师。再细看菜单,经典的咖啡品种都有,价格也亲民。同时,店内还有面包、糕点出售,这些是由合作的甜品店一大早送来的。

在这样一家“安静”的咖啡店点单,是种怎样的体验呢?在天使咖啡师黄璜的微笑示意下,笔者在手写板上写下“冠军拿铁”四个字,并用手指依次指向一旁菜单上的口味“无糖”“热”。

黄璜点了点头,随后转身在咖啡机前操作了起来。磨粉、压粉饼、萃取、拉花……不疾不徐,一丝不苟。约5分钟后,她就将一杯热气腾腾的拿铁送到了笔者的手上。品尝下来整体感觉是:奶香浓郁、咖啡香浓,口味不至于过苦,恰到好处。

每一杯咖啡,都灌注着梦想和希望

“天使咖啡”门店,由台州社发集团下属建工集团打造运营。“目前我国约有2780万听力障碍人士,这类特殊群体

就业面狭窄,我们便想着为他们做点事。”台州建工集团相关负责人表示。

当天,笔者对黄璜进行了一次特殊的采访。笔者将采访问题通过软件语音转文字给黄璜看,她领会后在手写板上写下几句话。即便采访有些许困难,笔者也能从她的表情动作中,感受到她对工作的热爱和面对生活的乐观积极。

黄璜今年26岁,来自玉环坎门街道,先天性极重度聋哑。命运是不幸的,但她用自强和自信跑出了精彩人生,曾屡次获得全国残疾人田径锦标赛、残疾人运动会等各项赛事冠军。

“我特别喜欢咖啡,目标就是成为一名优秀的咖啡师。”黄璜退役后,经台州市残联推荐来这里工作。现在成了一名正式店员,有了固定收入,实现经济独立。

当然,学做咖啡时也并不轻松。就拿打奶泡来说,普通咖啡师会根据牛奶与蒸汽碰撞的声音,来判断奶泡的质感与厚度。但听障人士只能依靠触觉,用手触摸奶缸,通过奶泡振动的变化来判断“火候”。如果掌握不好,就很容易烫伤。

黄璜还表示,自己的拉花技术还不够熟练,她有空就会与师傅沟通如何制作更好的咖啡,也会刷视频学习。

收获善意,将美好悄然传播

每个人对理想中的咖啡店的要求可能不尽相同,但是唯一不变的是,除了咖啡香,还希望它是有温度的。在这个空间里,凝聚着各种对美好生活的向往。

来自路桥的陈先生,在小红书上刷到这家咖啡店后,已经开车来打卡多次了。在得知咖啡师是听障人士后,他会不自觉地语速放慢,也更耐心地地点单,自己还向店员学习“谢谢”的手语,每次拿到咖啡都会将手指弯曲,以表达“谢谢”。“喝上这样一杯特殊的咖啡,自己的内心也变得暖暖的。”陈先生说道。

客人中会有一些听障人士,这里成了他们最喜欢的地方之一。每周日,店里都会举行“手语开放日”活动,他们用用手语沟通,笑着交流着。

“咖啡加糖,生活总有阳光,你只需抬头看看远方,就能见到光芒。”“疲惫的一天,还是被咖啡治愈了啊。”“无论如何,

始终相信生命的力量和温度”……墙上贴着满满的暖心留言,这些都是前来打卡的顾客写的。

这家店于今年9月7日正式开业,到现在已运营了两个多月。台州建工集团有限公司战略发展部员工兼“天使咖啡”店长邱振说,刚开业时生意最好,有很多市民是在社交软件上刷到过来的,每天能卖出五六十杯。由于店面是在巷子里,不太显眼,因此目前主要还是面向这两幢国企大楼的内部员工,每天销量20杯左右。

“我们打算进一步扩张店面,计划在城市地标附近,开设更多的手语咖啡店,为特殊群体提供更多学习和就业机会。”邱振说。

小小的门店里,无声的世界异常安静,却并不觉得压抑,而是一种脱离世俗的舒适与放松。

“来这边能感受到顾客释放的善意与温暖,我感觉很好,很喜欢做咖啡给他们品尝味道。”黄璜在写字板上的一笔一画地写道。

正如“天使咖啡”的门店标语所写的那样:“在这里,用热爱发声,将美好悄然传播。”