

清明将至, 星城菊花涨价五成

乒乓菊价格堪比情人节玫瑰, 成今年祭扫新宠 代客扫墓生意遇冷, 网络祭祀兴起

清明节将至, 平时在花店里难得一见的菊花此时被摆上最显眼的位置, 不少香烛专卖店也开始兼营起纸花花环等清明祭祀商品, 一些“代客扫墓”的广告招牌又挂了起来……4月1日, 三湘都市报记者在长沙市场上发现, 往年流行的黄白菊又出现了身价颇高的“新对手”, 挺有噱头的代客扫墓业务即使“免费赠送跪拜”也少有人问津, 而网络上的电子墓碑却火热起来。

普通菊花涨价五成

记者在四方坪一家名为花海小镇的花店内看到, 普通的黄菊、白菊摆了满满4个大花瓶, 数量是玫瑰、康乃馨等常规品种的两倍。“大概一周前就开始销售这类菊花了, 价格是每支3元。”店主称, 前来买花的顾客大多数偏爱简易包装, 多以单数成束。菊花的价格从3周前的每支2元涨至每支3元。

虽有50%的涨幅, 与其他种类的花相比, 黄、白菊的价格依旧不算太高。在松桂园附近的都市花乡, 要价10元一支的乒乓菊、8元一支的小雏菊占据了花店三分之一的摆架。

“虽然价格比普通菊花贵一些, 但依旧有顾客买来作为祭扫的花束。”店员介绍, 乒乓菊和小雏菊均有黄青两种颜色, 为昆明空运至长沙的品种, 受到中青年消费者的喜爱。鲜花每逢节日价格多少会出现浮动, 10元一支的乒乓菊身价更是堪比情人节时的玫瑰售价。相较之下, 花店内两头百合花售价仅为每支8元, 三头百合花的售价也不过每支10元, 显得“实惠”不少。



乒乓菊

“代客祭扫”遇冷

与各类鲜花花束受宠不同, 前两年曾经十分火热的“代客祭扫”业务今年在长沙却遇冷了。“本来扫墓是表达自己对亲人的一种哀思, 这样一弄倒显得是种任务了。”记者在开福寺路的香烛店里遇见了正在购买纸花的谭煥驰, 谈到请人代客扫墓, 她满脸的不以为然。

4月1日, 记者走访市场发现, 长沙金盆岭、伍家岭以及华夏等多地的香烛店都挂出了“代客祭扫”的纸牌。多名店主表示, “问的人多, 真的下订金来做的比较少。”

而在58同城上, 记者输入“代客扫墓”在长沙分站进行检索, 仅有一名网友发布了“代客扫墓”的相关信息, 淘宝上推出“代客扫墓”的网店中, 成交记录均显示为“0”。

在长沙县跳马乡做“代客扫墓”生意的王先生介绍说, 代客扫墓一般包括纸烛、清明球、三生、酒、鞭炮和打扫墓地卫生, “所有用户均免费赠送跪拜服务, 收费200元, 先交50元定金, 扫墓结束后满意再交150元。”此外, 在扫墓的过程中, 服务人员将全程保持手机通话以确保服务质量, 在扫墓完成后也会提供现场照片以供查验。

虽然考虑周到, 但他的生意并不理想。“清明节就要来了, 按习俗节前就应完成扫墓的, 到现在还没有接到生意。”王先生说, 现在不需要预约, 只要有单就可以成交。



4月1日, 长沙市蔡锷路, 一名市民在花店选购菊花, 准备祭奠已故亲人。清明将至, 各类祭祀物品热销。 记者 田超 摄

网络祭祀“风生水起”, “网络墓碑”要价数百元

一些市民也开始选择在网络上寄托哀思。记者以“网络祭祀”为关键词进行检索发现, 此类网站多达数百家, 其中还有数家与搜索引擎进行了合作推广。

在一家名为“族谱录纪念网”的网站首页, 记者看到, 网友可在该网站免费创建纪念馆, 网络祭祀则有拜访、献花、上香、点烛、供品、祭品和留言等多个选项, 还可自行祭祀命名。截至4月1日20时, 该网站的“祭拜”记录已将近2亿人次。

虽然建馆免费, 但一些特殊的背景图案、上香点烛等则需另外收费。在一家名为“天堂纪念网”的网站上, 对该网站的纪念馆进行了“明码标价”, 针对不同的编号和模板推出了不同的定价, 如购买一类编码的纪念馆编号需699元, 二类编码则需要299元, 而模板也从每套9元至29元不等。

还有网站推出了配套的“云墓碑”, 售价高达298元, 而此类产品其实仅为一套3个大小不等的二

码贴纸, 可贴在逝者的墓碑、骨灰盒和灵堂排位上。网站宣称, 亲友通过扫描该二维码即可访问逝者的网上纪念馆并了解逝者生前信息。

对此类另类的网络祭祀商品, 随机接受采访的市民表示“难以接受”。“为家里的长者建一个网络纪念馆倒还可以理解, 但是往墓碑、骨灰盒这么严肃的地方贴上二维码, 还真有点‘舍本求末’了。”湖南商学院大三学生申同学如是说。 ■记者 朱蓉

“看家神器”360 智能摄像机京东首发 2万台仅26秒售罄创纪录

3月31日, 有着“看家神器”之称的360智能摄像机, 在国内最大B2C电商京东正式进行独家发售, 短短26秒即上演抢购戏法, 首批2万台360智能摄像机全部售罄, 一举创下该细分品类的最高销售记录, 成为京东平台上销量最高的智能摄像机。

360智能摄像机为何能够如此热销, 成为守护家庭安全的利器? 综合来看, 360智能摄像机是一款性价比极高

的智能摄像机, 除了149元的亲民价格外, 还可广泛应用于客厅、阳台、书房、公司、教室、商家、远方的家乡等各种生活场景, 配合超强智能云服务, 能够有效提供高清视频即时连接服务, 让用户随时随地通过手机APP便可及时查看视频情况。

另外, 在360智能摄像机APP的发现频道中, “在线直播”的功能成为最大亮点。用户可将个人摄像机分享给“发

现”中进行直播, 网友可用弹幕的方式进行留言互动。通过这样的流行社交方式增加互动, 进一步增强了“参与感”。

在这样的大背景下, 人们对科技安全产品的需求日益增加, 360从互联网安全正向线下安全拓展, 推出的智能摄像机显然有效戳中了这部分人群的痛点, 充分满足了目标人群对安全感的强烈需求, 未来家庭安全市场上将大有可为。

万和特约第五届明星公民颁奖盛典在京举行

群星齐呼吁: 陪伴让家更温暖

2015年3月18日晚, 万和特约第五届明星公民颁奖盛典在北京梅兰芳大剧院隆重举行。活动当晚星光熠熠, 赵薇、王珞丹、尚雯婕、佟丽娅、袁姗姗、高群书、陈楚生、潘石屹等近百位明星大腕、成功名人悉数到场, 共同传递本届盛典“陪伴, 让家更温暖”的公益理念, 呼吁更多的人去陪伴自己的家人、朋友, 不再做失陪者。地产大亨潘石屹现场还与万和董事长卢础一起俯身拥抱, 为偏远山区的孩子捐资, 建更多爱心厨房, 将小家的温暖, 传递给大家。



处做起, 身体力行, 并希望评选明星公民的活动能够成为娱乐圈推广传播公益的重要平台和中国公益事业的新标杆。

本届明星公民的公益形象大使、万和品牌形象代言人——赵薇在“陪伴主题互动”中坦言, 陪伴是最难, 又是最应该珍惜的, 需要大家多重视。而赵薇自认, 自己陪伴家人的时间在演艺圈中算是较多的, 但是自认为还是不够。现在工作都选择附近的, 特别珍惜与家人的相处时光, 呼吁大家多花时间陪伴家人, 给家人更多关爱。

万和携手明星大腕共同呼吁温暖陪伴

除此之外, 王珞丹、佟丽娅、秦岚、袁姗姗、尚雯婕、陈楚生、潘石屹、郭涛、应采儿与陈小春夫妇等众多大牌明星、成功人士纷纷表示, 自己是失陪族, 对没有太多的时间陪伴家人而抱歉, 以后会尽量多抽时间陪伴自己的家人, 珍惜

拥有, 不再错过, 让家更温暖。

作为本届明星公民的特约单位, 万和的卢础其董事长则表示: 万和自成立以来, 始终将“以人性智慧发展技术, 以高品质的厨卫电器产品温暖你的生活”作为企业的使命和责任, 从产品服务都在用实际行动践行, 旨在让每个家庭都能感受到温暖。万和之所以成为本届明星公民的特约单位, 除了因为本届明星公民形象大使赵薇亦是万和电气的品牌形象代言人之外; 更为重要的是本次公益活动的主题“陪伴, 让家更温暖”与万和的理念“让家更温暖”高度契合。同时, 万和希望通过“明星公民”这个大平台, 借助明星、媒体的力量, 去呼吁更多人, 多抽时间陪伴自己的家人, 让小家更温暖, 大家更和谐。

据悉, 从去年9月万和与南都携手——第五届明星公民以来, 先后发起多个活动, 在12月12日当天掀起高潮, “12·12陪伴日”微博话题引发上亿人关注, 登上当天微博社会热点话题榜首, 到第五届明星公民颁奖盛典, 万和特约第五届明星公民活动已经画上圆满的句号。但对于万和的公益事业而言, 这只是其中的一部分, 未来万和还将继续在公益事业上发力。

首家中国企业牵手皇马 绿源助力中国电动车行业升级

2015年3月27日, 在第十五届中国北方国际自行车电动车展览会上, 绿源电动车召开了“2015年的战略合作计划及布局, 暨‘绿领世界、冠军同行’主题新闻发布会”, 绿源集团董事长倪杰先生、总经理胡继红女士以及皇马体育部副主席布特拉格诺先生在会上正式宣布绿源与皇家马德里足球俱乐部合作, 成为其2015年度的赞助商, 绿源也因此成为了首个签约皇家马德里足球俱乐部的中国企业。



签约仪式上, 绿源集团总经理胡继红女士强调, 绿源与皇马的合作为绿源带来了阳刚坚毅的精神, 也为整个电动车行业带来了一股阳刚之气。无论是电视广告还是其他媒体宣传, 都可以发现现今的电动车市场, 整体的气质过于柔弱了, 在面对市场竞争环境时, 整个行业多少有些不自信。胡总指出, 皇家马德里足球队那种拼搏进取, 坚持不懈, 勇往直前的精神正好能充分表现那种阳刚气息。

据了解, 绿源和皇马的这次跨界合作和绿源一直倡导的“足球运动”态度不无关系。绿源集团致力于足球运动的态度, 做到不急功近利、关注少年足球、关注基层足球运动的种种实际举

措, 打动了皇家马德里足球俱乐部, 很容易便促成了双方的合作。

绿源电动车作为创始者一直是行业的表率, 引导行业的发展潮流, 从产品技术创新研发到绿色健康的生活理念都为整个行业做出了不可磨灭的贡献。可以说, 绿源电动车就是电动车行业的冠军。而皇家马德里足球俱乐部被誉为欧洲足坛的王者, 世界足坛最成功的俱乐部。相信二者的合作可以在国际市场以及中国市场为彼此带来更辉煌的成就。

在此次展会上, 绿源集团同期发布了“绿源·皇马家族”, 该家族融合了绿源6大基地“高、精、新、尖”各系列产品的杰出代表, 涵盖了复古、简约、时尚等多品类产品, 无论从产品数量还是产品质量, 都是冠军级的表现。

在本次天津展的活动中, 绿源集团还举办了绿源电动车与“哆啦A梦”的签约仪式, 绿源电动车与“Hello Kitty”的合作仪式。签约仪式中, 绿源集团还发布了多款与“哆啦A梦”的跨界合作产品。

日益壮大的失陪族群体引发社会关注

在“社会个体化”的趋势里, 失陪者的群体日益壮大, 在流动性极大的社会结构里, 几乎人人都有成为失陪者的可能。父辈有他们的孤独, 中年人有他们的忧伤。一项调查显示, 70%的人不能和父母居住在一起, 有了伴侣后这个比例上升到74%, 63%的都市白领每年只有不到三次的家庭聚会, 高达74.4%的人群平均每天陪伴伴侣的时间不足一小时。

南都报系副总编辑开屏开幕致辞, 明星公民应该成为一条永恒的标尺, 精准的标量每一个娱乐圈公众任何自身高度。公民应当担当天下责任, 公益必从小