

九月机票价格“大跳水” 暑末错峰出游正当时

随着暑期落幕,无锡市迎来错峰出游“黄金窗口期”。记者从多家线上旅游平台获悉,9月至国庆假期前,无锡出发的国内外航线机票价格普遍“大跳水”,为市民提供了高性价比出行选择;与此同时,国庆、中秋8天长假临近,无锡国庆出游预订已开始预热,“拼假”出行成不少上班族首选。

国内外航线价格大幅回落

国内航线方面,相较于暑期动辄千元的单程机票,9月无锡至多地航班价格大幅回落,热门航线往返票价多为数百元,部分裸票价格低至200余元。具体来

看,9月7日—11日无锡飞青岛最低票价仅259元;9月上旬无锡飞深圳的航班,最低票价低至300元;无锡飞长沙的部分航班票价也维持在300元上下。与此同时,北京、广州、成都等国内主要城市飞往无锡的航线价格同步走低,无论是本地市民外出游玩,还是外地游客来锡观光,均能享受实惠票价。

国际航线价格同样呈下降趋势。9月中旬,无锡直飞大阪单程机票均价约800元;9月下旬无锡往返韩国济州岛的直飞机票,最低仅需1200元左右,较国庆假期期间价格,大大减少了市民出境游开支。

“现在错峰出游太合适

了,机票比暑假便宜一半还多,景区人也少,体验感肯定更好。”旅游爱好者王女士表示,她已计划利用“周末+年假”搭乘低价航班前往重庆,“连机票带酒店的预算比暑期少了近千元,性价比特别高。”去哪儿大数据研究院相关负责人表示,9月初是传统旅游淡季,城市的热门航线机票价格下降幅度显著,此时出游能以更低成本享受优质旅行体验,是市民“捡漏”出行的好时机。

国庆预订提前“热起来”

今年国庆节、中秋节假期“合体”形成8天长假,无

锡不少上班族已开始规划“拼假”方案,无论是“前拼”还是“后凑”,只需请假3天,即可拼成12天超长假期,为长线出游创造充足时间。

市民出游热情提前释放,国庆出行预订已进入“升温期”。市民陈女士透露,早就想带家人体验热带风情,此次凑了12天长假刚好满足需求。她表示,提前一个月参与平台的“机票+酒店”联订活动还额外减了500元,“比分开预订划算不少,还不用自己对接住宿和交通,特别省心。”

携程旅游前洲营业部工作人员介绍,近期咨询国庆出游的市民显著增多,长假期让长线出境游吸引力

倍增。“欧洲因签证办理周期较长,国庆出行已来不及,但周边免签国家和地区如济州岛、泰国、巴厘岛可随时报名,日本团签名额也所剩不多,有计划的市民需尽快确认。”

中国民航网数据显示,截至8月28日,今年国庆假期国内航线机票预订量已突破176万张,日均预订量较去年同期增长超24%;出入境航线机票预订量超94万张,日均预订量同比增长约19%。随着国庆假期临近,预计后续旅游产品预订将进一步升温,有出行计划的市民可结合自身需求,合理把握时机,让旅途既实惠又舒心。

(晚报记者 寿晨)

“海洋霸主”其实是“社恐”? 揭秘鲨鱼家族的“怂萌日常”



8月30日是世界鲸鲨日,这个以“海洋霸主”为关键词的节日,却在无锡融创海世界收获了不一样的解读。这里由57条鲨鱼组成的“鲨鱼家族”,在饲养员眼中竟是“怂萌社恐”。昨日,记者实地探访,揭秘鲨鱼不为人知的幕后趣事。

下午3点,无锡融创海世界的大型鲨鱼展缸前围满游客,透过亚克力玻璃,可以看到多条鲨鱼缓缓游过,灰褐色的皮肤在灯光下泛着光泽,不少游客下意识屏住呼吸。“你看那条3米长的锥齿鲨,表面霸气,实际连游客拍照的闪光灯都害怕。”无锡融创海世界鲨鱼饲养员季平指着玻璃幕墙内游弋的巨型鲨鱼笑道。57条鲨鱼分居两大展缸,从不足30厘米长的日本须鲨到近3米长的“巨无霸”锥齿鲨,它们每天上演着“大小社恐的聚会”。

“电影里大白鲨的形象太深入人心了,其实自然界中鲨鱼攻击人的概率,比闪电击中人还低。”季平向记者解释,他手中拿着装有马鲛鱼的饵料箱,“我们下水清洁时,只要不主动挑逗,鲨鱼就只会远远躲开,有的甚至会躲到造景石后面,特别‘怂’。”说话间,他穿戴好潜水装备,顺着梯子潜入6米深的展缸。刚入水,几条白鳍鲨就察觉到动静,原本分散游动的它们立刻聚拢到一起,却始终与季平保持2米以上的距离,直到季平拿出喂食棒,才试探性地靠近。

“你看,只有闻到鱼腥味,它们才会主动过来。”季平用特制喂食棒挑起一条马鲛鱼,精准地递到锥齿鲨嘴边,这条150公斤重的大家伙甩头咬住饵料,动作迅猛,却丝毫没有触碰到喂食棒。

鲨鱼的“社交行为”也很有趣。“白鳍鲨喜欢成群游动,

像‘小团体’一样;护士鲨则爱趴在缸底,偶尔会互相叠在一起休息;最调皮的是日本须鲨,会藏在造景石的缝隙里。”季平笑着说,有次盘点时少了一条日本须鲨,饲养员们找了半小时,最后发现它躲在管道缝隙里,只露出尾巴,像躲猫猫的小朋友。有时鲨鱼打架受伤,饲养员还要下水给它们缝合伤口,“别看它们体型大,受伤后特别乖,会乖乖等着让我们处理。”

随着游客对鲨鱼的认知逐渐改变,越来越多的家庭专程来海世界“打卡”。“以前家长会让孩子离鲨鱼展缸远一点,现在会主动问‘这条鲨鱼叫什么名字’,觉得鲨鱼很可爱。”季平说,海世界还推出了“鲨鱼科普小课堂”,由饲养员现场讲解鲨鱼知识,“上周有个小朋友说‘以后要当鲨鱼饲养员’,我们听着特别有成就感。”(璆珞/文、摄)

无锡籍“小熊”登陆盲盒市场 本土文创IP“肚子鳄鱼” 出圈又出海

“好可爱!已经搬好小板凳等上线了。”近日,无锡品牌“肚子鳄鱼”主理人喵P成为全球IP联名集合店名创优品的独家签约艺术家。本周,以喵P笔下Kumaru小熊为原型开发的系列盲盒正式官宣,可爱的造型瞬间吸引了许多网友的目光。

Kumaru小熊并非“肚子鳄鱼”品牌的唯一形象,而是工作室打造的一系列小动物IP形象之一。回溯“肚子鳄鱼”的成长轨迹,可以说,它是土生土长的无锡IP。2011年,作者喵P从江南大学毕业,开始在无锡经营“白日梦”手作体验工作室。2018年,她笔下的“小鳄鱼Sean”形象正式诞生。2021年,以这只绿色短吻鳄为品牌的主要标志,“肚子鳄鱼”插画工作室正式成立,主要以玩具和文创插画周边作为生产内容。

如今,“肚子鳄鱼”不仅在无锡本土扎根生长,还不断向外拓展,行程表排得满满当当。这个夏天,“肚子鳄鱼”就先后参加了第19届首尔插画艺术节和泰国ACF潮玩展两场落地在海外的活

动。而且,“肚子鳄鱼”也一直没有放弃做玩具的初心,通过和成熟品牌合作,将Kumaru小熊形象落地成盲盒玩具,就是他们的努力成果。

在无锡本土文化上,“肚子鳄鱼”也动足了脑筋。工作室专门为无锡设计了相关文创产品,将无锡人熟知的阿福阿禧、代表性美食水蜜桃与小笼包、传统工艺紫砂等元素,转化为精致的贴纸、印章。这些充满地域特色的文创,成为传播无锡城市魅力的“小触手”,让全国各地的手账爱好者在创作中,感受到无锡的文化韵味。

近年来,手账文化在无锡悄然兴起,从原本的小众爱好逐渐走进大众视野。在某社交平台上,“无锡手账集市”话题浏览量已达41.2万,在线上拥有80多万店铺粉丝的“本子事多”,又将全国第二家线下门店落地无锡,足见无锡手账文化的热度和“文具+文创”消费潜力。如今,以“肚子鳄鱼”为代表的无锡原创IP不断出圈,彰显出无锡在文化创意领域的蓬勃生机。

(孙妍雯)