

城里人到近郊赶大集成时尚

公交部门数据显示,逢集日公交人数增两成



本报8月23日讯(记者 王倩) 原生态、健康的食品受到大家追捧,而近日记者在采访中了解到,济南近郊大集也越来越受到城里人的追捧和喜爱,尤其是南部山区的集市,市民可以买到山鸡蛋、新鲜桃子、苹果以及各种山货。根据公交部门的统计,逢集日,相关线路公交运送人数比平时增加两成。

农历逢四、九,是历城区西营大集。每到赶集日,济南市民王女士都会一大早出门坐公交。据她介绍,她要到大集上购买一些山货,包括山鸡蛋、散养大公鸡以及一些新鲜蔬菜。

记者了解到,像王女士一样,从市里专门乘车到近郊赶大集买东西的人还真不少,有的人是乘公交,有的人则是为了买到新鲜山货,专门开车到这里赶大集。市民赵先生家住历下区,为了能买到新鲜山货,专门开车和家属到西营赶大集。“我基本每周都会来这里赶集,来买点农民自己种植的蔬菜和水果,还能买点特有的山货,挺好。”赵先生说。

记者在西营大集上转了一圈,确实如很多人所言,集市上摆摊的大多是当地的农户,有的提着两篮桃子来出售,有的则把自家种植的豆

角、豌豆、花生等挑来集上卖,还有农户出售的是自家养的土鸡和山鸡蛋。

就在记者一行在大街上转悠时,多名商贩也劝记者买点新鲜小葱、梨、玉米等。“像你一样,很多市里的人来买东西,别看我们有些东西长得不好看,但是吃起来很好吃,都不打农药,也放心。”摊贩范女士说,一大早,就有从市区到这里赶集的市民来购买她自己种植的白黄瓜。

在西营大集周边,记者看到,交警部门还特地开辟了大集期间临时停车位,“主要是来赶集的人很多,有不少是从市区开车来的,也有坐公交车来的。”一名看车人说。

记者了解到,除了西营大集,还有仲官大集,市民专门乘车赶集的现象也比较突出,俨然成为一种时尚。

根据济南公交公司专跑南部山区线路相关车队的统计信息显示,每逢大集日,相关线路公交运送人数比平时能增加两成,去程高峰在八九点钟,11点钟大多数人则选择回程。“尤其是仲官镇大集,正好88、67、65路都经过这里,也带动了这个大集的发展,现在每逢赶集日,人真的不少。”公交三公司四车队工作人员介绍。

▲西营大集上,不少城里人前来购买五谷杂粮。

本报记者 王倩 摄

济南近郊大集一览

- 仲官大集:农历逢一、六为大集,三、八为小集;地点:仲官镇政府前的宏福路上。乘车:从青年桥乘坐88路到终点站下车
- 柳埠大集:农历逢二、七;地点:柳埠镇柳埠大街上。乘车:从市区乘67路及88路支3、支5到柳埠大桥下车
- 西营大集:农历逢四、九;地点:西营镇西营西街、西营老街和南商业街等镇中心开集。乘车:乘坐65路至终点站下车
- 洪家园大集:农历逢五、十;地点:洪家园村。乘车:乘坐71路至洪园站下车即到
- 港沟大集:农历逢五、十;地点:港沟镇。乘车:乘坐公交115路、116路到潘庄站下车
- 冻口大集:农历逢四、九;地点:冻口南路附近。乘车:乘坐127或者5路至冻安路下车步行20米即到
- 王舍人大集:农历逢二、七;地点:王舍人街道办事处坝王路。乘车:乘坐106路至市立三院站下车西行200米即到
- 唐王大集:农历逢五、十;地点:唐王镇政府门口的街道。乘车:乘坐307路、318路前往唐王镇政府站下车
- 高而大集:农历逢四、九,从仲官乘88路支2、支7、支8到高而下
- 黄巢大集:农历逢五、十,从青年桥乘88路支3到终点站下车
- 窝铺大集:农历逢一、六,从青年桥乘88路支3到窝铺站下车
- 李家塘大集:农历逢五、十,从市区乘67路或从仲官乘812路到李家塘下车
- 董家大集:农历逢三、八开集,乘坐10路到董家站下车
- 鸡山大集:农历逢四、九(当地散养柴鸡),乘坐311路到终点站鸡山村下车

新动态

16元刷千条阅读数 微信公众账号造假

本报记者 任磊磊

继微信刷粉、点赞之后,淘宝网上又兴起了为微信公众账号文章刷阅读数的生意。近日,记者调查发现,淘宝卖家推出16元刷1000条阅读数的服务,有商家月销两千多单,收入数万元。

两万粉丝账号 一条广告300元

微信公众账号成了商家们宣传的阵地之一,不少公众账号靠刷粉提高粉丝数。7月底,微信公开了公众账号发布文章的阅读数和文章点赞图标,一些号称粉丝百万的公众账号,其阅读数量却与之并不匹配,阅读数最低的才两位数。对此,有商家盯上了找人来刷阅读数的买卖。

高宁是济南一家广告公司的微信推广员,他说,投放广告的商家都很重视公众账号的粉丝数和阅读数,尤其是阅读数,因为其比粉丝数更加直观反映活动传播的影响力。所以,此前在微信没有公开阅读数的时候,一些公众账号会数倍夸大这一数据。

据高宁介绍,按照济南市场价格,一个两万粉丝数量的公众账号,发一条普通微信广告的费用是300元,发一条头条的费用是500元-1000元。投放广告的商家除了看重粉丝数量外,更加看重广告的阅读数。对于一个一万粉丝的账号来说,一篇推送文章的阅读数占粉丝数的比例在10%-20%是比较合理的。

高宁告诉记者,微信公开数据后,使一些宣称粉丝过百万的公众大号出现了“裸奔”现象,有的大号阅读数和粉丝数量反差极大,明显有造假嫌疑。

商家月接两千单 16元可刷1000条

正如高宁所说,阅读数是一个账号影响力的表现,在大数据时代,这体现着每篇推送文章的关注度,而且是最直观的营销反映的体现。有反应迅速的淘宝卖家适时推出了刷阅读数的服务。

记者在淘宝网上输入“微信刷阅读”后,搜索出了二十多家提供该项服务的店铺。商家打着提供增加粉丝、链接阅读数量、微信营销秘籍等噱头,公开在网上招徕生意。

记者跟一家淘宝网卖家联系。该卖家业务员表示,该店刷阅读数16元1000条。下单后需要排队,大概得等到第二天一早才能体现出来。卖家称,“现在刷数的大多了,我们后台工作人员很忙,下单后不立即给客户服务,只能按照订单顺序依次刷单。”

有商家月刷两千多单。如果数据属实,按照一单16元的价格来算的话,两千单就是三万多元,收入之高让人咂舌。

大量刷数造假 当心被封账号

高宁告诉记者,曾经有传媒公司帮广告商刷粉,一下子刷了十万的粉丝数量,但是最后该账号被腾讯公司查出来,封了一段时间的号。“微信公众账号需要培养用户,尽量不要采取投机取巧的方式,否则面临封号的危险。”

阅读数和点赞的数量都是体现原创内容受欢迎程度的重要指标。对于刷数的行为,客服人员表示,一旦发现该行为,微信方面将对其封号。如果行为恶劣,甚至会取消其账号。

济南社科院经济研究所所长王征认为,淘宝商家和微信的斗争,说白了就是一个利益市场的体现。公众账号应该诚信经营,靠增加内容提高服务来增强账号的影响力,靠刷数只是暂时的,不利于其账号的信誉和长期运作。

喝酒兑饮料:滋味不孬,有损健康

夏季不少市民喜欢没事时小酌一杯,对一些对酒精本身兴趣不大的人来说,“酒+饮料”也渐渐成了一种上乘之选,但相关专家提醒,酒和饮料一起喝不仅破坏酒的口感,对饮酒者的身体也有不利影响。

本报记者 万兵

喝酒兑饮料,喝起来挺恣儿

“干红配上雪碧,味道特别好。”市民李女士本身酒量一般,但是夏天难免有想小酌一杯的冲动。在她看来,干红有点太酸太涩,加上点雪碧口感立刻变得“酸甜可口”了,而且,李女士觉得掺上雪碧的干红,酒精也被冲淡了,自己更能接受。

像李女士这样喜欢在酒里面加点饮料的人还有不少。威士忌+冰红茶、伏特加+红牛……在不少人眼里这些都是

这几年的时尚混搭方法。甚至还有人在啤酒里加上了可乐、牛奶,老冰棍乃至止咳露。

做了四年调酒师的小钮说,这股混搭风前几年在酒吧里也是吹得相当猛,很多人不爱酒精味或者受不了烈酒的人,都喜欢在酒里加点雪碧之类的碳酸饮料,让酒“更容易喝”。“一瓶40度的威士忌,很多人如果纯饮要喝好几顿,配上饮料一晚上就喝完了。”小钮说。

专家:轻则破坏营养,重则伤害身体

山东省千佛山医院营养科的程振倩表示,白酒加饮料,啤酒加饮料,白酒加啤酒等“混搭”都是不可取的。从营养上说,会破坏酒本身的风味和口感。程振倩说,比如好的红酒,本身有养生功效,但碳酸饮料会加速酒中一些成分的挥发,影响原本的营养价值。

这还不是最严重的。程振倩介绍,碳酸饮料中二氧化碳气体能促进血液对酒精中乙醇的吸收,让饮酒者更容易醉。饮料的口感则会让人不知不觉中

喝多了。程振倩说,适量饮酒本身对身体是有些好处的,“能够舒张血管”,但是很多人体内天生缺少分解酒精的酶,掺着饮料的酒虽然口味更易接受,但酒精量并未减少,这就加重了肝脏负担。

而一些功能饮料里面则多含有咖啡因,容易让人更加兴奋,再加上酒精就有了双倍的效果,对一些原本有心血管疾病或高血压的人很不利。“不光是功能性饮料,浓茶也不宜和酒类一起喝。”程振倩说,浓茶中也有咖啡因,可以起到同样的作用。