



在线投稿: <http://tg.gytoday.cn> 新闻热线: 84683100

详情请浏览“今日高邮”网站 <http://www.gytoday.cn>

冬季来临,多少人的健身卡成“洗澡卡”?

业内人士建议:健身房应优化服务提升质量,吸引顾客去健身

□ 实习记者 赵妍东方

冬天到了,不仅浴室到了旺季,健身房的淋浴功能也跟着到了旺季。近日,记者走访市区几家大型健身房后发现,健身房如今成为一些市民“蹭澡”的好去处。

“现在几乎每天下班都会去健身房,但已经好几个月没摸过健身器材了。”市民李小姐告诉记者,今年年初,她在市区一家健身房办了一张年卡,但自从进入 11 月份,我市气温逐渐降低,李小姐去健身房的“初衷”也发生了改变,现在光洗澡不健身了。

“天一冷人就犯懒,原本健身的热情消退了很多,现在来健身房完全就是为了‘蹭澡’。”市民杨女士笑着说,像她这样的情况,在我市各大健身房随处可见。“我办得这张年卡一千多元,到年底了,反正放着也是浪费,不如用来当洗澡卡。”杨女士表示。“现在来‘健身’的人每天都很多,周末更是要排队,其实看得出,不少人都是拎着换洗衣物过来直奔浴室的。”市区一家健身房负责人告诉记者。

市民吴先生告诉记者:“现在普通桑拿一次也要二三十元,还不算其他的额外消费。但健身卡办好了不用就白白浪费了,就算不去健身,‘蹭澡’也比较划算。”“我在这家健身房已经工作七八年了,现在健身房的年卡一般在 800 元至 1500 元不等,但健身房里都能洗浴,只要洗得不是太频太久,一般不会有人去管。现在冬天到了,很多男士来健身房会先健身再洗澡,但女性会员大多数都是来洗澡的。”海潮路上的一家健身房工作人员说。

记者在市区几家健身房调查后还发现,很多健身房的消



费卡是卖出了不少,但健身人群却时多时少。“健身场所年卡办了多少,一到冬季就显现出来了。平时真正健身的人也就被‘埋没’了。”通湖路上一家健身俱乐部的工作人员告诉记者,现在各大健身房虽然火爆,但大多是揣着年卡用不完,冲着“蹭澡”去的。

“健身房的定位是让前来消费的顾客在更好的环境下得到更好的锻炼机会,如果变成‘洗浴中心’,那就舍本逐末了。”一位业内人士表示,虽然“蹭澡”能吸引部分消费者,但想要吸引更多顾客,健身场所仍要从自身的业务和服务质量出发;消费者也要从健康的角度出发,健身房是强身健体,锻炼体质的地方,洗澡还是去浴室比较好。

色彩艳丽价格低廉的吹气拖鞋恐含有害物质

市市监局提醒:谨慎购买

本报讯(实习记者 翟甜甜)日前,江苏一家鞋厂紧急召回 2260 双吹气拖鞋。据了解,召回范围涉及到儿童吹气拖鞋,具体存在帮面饰花、帮面、鞋底的邻苯二甲酸酯含量超标,以及鞋底铅含量超标。那么,高邮市面上销售的吹气拖鞋是否也存在同样问题呢?

日前,记者在市场上走访时看到,城区各商场超市里的各式吹气拖鞋,价位在 20 块钱到 70 块钱不等。其中,有几

款拖鞋的吊牌里没有标注具体含有的化学物质,只简单注明成分为 PVC 材料。那么标明了材质的拖鞋是否就不存在安全隐患呢?市中医医院儿科主任许德军表示,吹气拖鞋中检测到超标邻苯二甲酸酯是用来塑形和固定形状的,很容易通过皮肤被人体吸收,危害儿童的肝脏和肾脏,也可引起儿童性早熟。同时,过量的铅会影响儿童的生长和智力发育,损伤认知功能和精神系统。一般来说,如

果产品原材料质量越差,邻苯二甲酸酯的使用量就会越高,刺激性的味道也会越浓。

市市监局相关部门负责人提醒,家长给儿童选购此类拖鞋时尽量不要选择价格低廉且颜色鲜亮的童鞋,异味大的一定不要买;鞋面材质以棉布和真皮为好,这样的鞋轻便、舒适、透气性好,有利于儿童活动和脚部发育。

“双十一”刚过,“双十二”又接踵而至。与往年不一样的,今年的“双十二”呈现出线上电商初显疲态、线下商场一片火热的场景。

据了解,今年“双十二”从往年的一天延长至三天,主战场也从线上转变为线下。记者在市区走访时发现,不少商家都参与了线下“双十二”的活动,加上今年“双十二”和周末叠加在一起,客流量明显增多。通湖路上一奶茶店门口的公告牌上写着“双十二全场 5 折”的字样,销售人员告诉记者:“我们店里参加了‘双十二’的线下打折活动,‘双十二’期间来本店购买商品的顾客用支付宝付账时都可享受 5 折优惠。虽然是第一次参加线下‘双十二’活动,但店里准备的食材是平时的五倍。

位于世贸广场一楼的某化妆品专柜前挤满了消费者,销售人员表示,此次“双十二”期间,店里准备了上百款热卖商品,推出多种形式的优惠。“我前两天就听说这家店有‘双十二’的线下打折活动,不少让我心仪的商品都可以买一送一。所以今天早早就赶来抢购了。”前来订购的市民王女士告诉记者。

相比线下实体店体的火热场景,“双十二”的线上活动反而显得乏善可

陈。马小姐经营着一家规模不小的淘宝店,她告诉记者,“双十二”期间,店铺只会送红包、包邮,无法享受到“双十一”期间的折扣。马小姐说:“‘双十二’是淘宝方面规定的优惠折扣,‘双十二’则由店铺自己选择活动方式、打折力度等。过于频繁的电商价格战已经让不少商家产生了促销疲劳。”

岳先生在京东和天猫等电商平台都经营有店铺,他告诉记者,此次“双十二”活动远不如“双十一”火热。“双十二”期间,他的店铺不打算参与任何打折促销活动。“一有活动,我们就特别忙,不单单是商品发货和客服接单,我们还面临着客户退货、退款甚至纠纷。有些售后问题往往需要 1 个月到 2 个月才能完全解决,所以我们实在没有太多精力参加‘双十二’的活动。”岳先生这样告诉记者。

除了商家疲劳应战外,消费者也保持观望态度。在城区某事业单位工作的徐小姐告诉记者,“双十一”期间有件心仪的商品没买到,本打算趁着“双十二”打折再抢

购一次,结果该商品压根就没参加“双十二”的活动,她干脆放弃了“双十二”的购物打算,打算元旦期间去扬州、南京的大型百货商场转转。

实习记者 翟甜甜

『双十二』线上遇冷线下火热

浅谈《长城》普票

□ 邵方元

我国邮票上虽曾多次出现过长城的形象,但以前的长城邮票多以八达岭长城为主,没有系统地展现过整个万里长城的雄伟面貌。1995 年 10 月至 1999 年 5 月新出的普 28、普 29《长城》普票,由擅长设计山水邮票的杨文清、李德福两位设计师承担设计任务,从长城的起点辽宁虎山至终点甘肃嘉



峪关,选取其中最具有代表性的段落或关口,系统地展示整个万里长城的壮丽风貌。

《长城》普票票幅较小、色彩繁多、发行量大,许多集邮者当时往往不重视收集,曾一度出现面值打折现象。其实长城普票并不普通,从萌发想法到生产完成,经历了多次论证、设计、评审,并广泛征求了领导、专家、学者等多方人士的意见,体现了严肃认真、精益求精的作风。普 28、普 29《长城》普票共有 24 枚,面值从 5 分到 50 元均有:1995 年 10 月发行金山岭(60 分)、山海关(230 分)、老龙头(290 分);1997 年 4 月发行古北口(50 分);1997 年 9 月发行黄崖关(30 分)、八达岭(100 分)、居庸关(150 分)、紫荆关(200 分);1998 年 11 月发行九门口(10 分)、娘子关(300 分)、偏关(420 分)、边靖楼(500 分);1999 年 3 月发行虎山长城(5 分)、山海关(20 分)、金山岭(40 分)、慕田峪(80 分)、平型关(270 分)、得胜口(320 分)、雁门关(440 分)、镇北台(540 分);1999 年 5 月发行黄花城(60 分)、花马池(10 元)、三关口(20 元)、嘉峪关(50 元)。24 枚长城普票中的图案既有大家耳熟能详的金山岭、山海关、八达岭、居庸关、慕田峪、嘉峪关等著名景观,也有虎山、九门口、黄崖关、紫荆关、偏关、边靖楼、镇北口、花马池等不为多数人熟知的长城景点,让人们从邮票中一饱眼福,并吸取丰富的历史地理知识。

据专门收集、研究普票的集邮者介绍,在《长城》普票的制作过程中,也有几个问题曾引起一番争议:一是许多人认为老龙头 290 分标法不符合生活习惯,应为 2.9 元;也有一些人则坚持以“分”为单位,因我国邮费一直很低,老百姓都



习惯了几十年,如邮票把高、低面值的分别以“元”“分”为单位,容易造成混乱,还是不改为好。直到 1999 年,由于通信发展的需要,发行花马池、三关口、嘉峪关长城普票时,如再以“分”为单位,就会出现 4 位数的面值,会影响邮票图案的美观。自此,才发行了以“元”为单位的普票。二是有一些全国人大代表、全国政协委员多次反映普票的票幅太大,他们要求票幅要尽可能缩小,既方便寄信,又可以节约纸张、节省油墨,一举两得。当时国家邮电部经过反复研究,决定采纳代表和委员们提出的意见,适当缩小普票票幅。普 28 和普 29 前 21 枚邮票采用了同一种较小的票幅(25mm × 20mm)。但这种票幅的邮票出来,社会上又普遍反映票幅太小,既不好贴,也不好保管。为满足群众期盼,当时国家邮电部对普票的票幅又做了调整,普 29 最后 3 枚高面值普票的票幅略大于其他 18 枚票,票幅为(31mm × 26mm)。三是印刷工艺不同,长城普票低面值的印刷版别均为影写版,而高面值的为增强其防伪功能,印刷版别采用了影雕套印。此外,由于《长城》普票发行和使用周期比较长,明“长城普票”多种面值曾多次印制,在每次印制过程中,邮票的纸张、油墨、齿孔等都有些变化,如八达岭 100 分错色黄、慕田峪 80 分竖通齿、黄崖关 30 分的短玉黄、九门口 10 分的绿厂名以及胶面印、喷码、电眼等等,给广大集邮者提供了研究课题。

欣赏《长城》普票,能体会长城的宏伟;看看《长城》普票,更能体味“不到长城非好汉”的意境;收集《长城》普票,犹似当集邮好汉了!