

好寓意的粽子准备了1000多个 厨师义工队坚持八载“食”力护考



这几天，温州市慈善总会厨师义工队成员（下称：厨师义工队）忙得不可开交。据悉，这已是厨师义工队开展护航高考活动的第八个年头。

护考提前备战，凌晨4时开始忙碌

高考这几天，凌晨4时，队员们就忙碌起来，煮八宝粥、煮伏茶、煮粽子……“粽子寓意着高‘粽’状元，为此我们准备了1000多个粽子。”厨师义工队负责人卢文勇说。

在温州市第二高级中学门口，厨师义工队搭起了帐篷，摆出了八宝粥、粽子、伏茶等各种食品，为考生和陪考家长提供补给。义工队还贴心地把矿泉水瓶的外包装撕去，只为考生能顺利将水带进考场。家长们看到这一细节都不禁点赞。

上午9时开考后，校门口不再喧闹，厨师义工队的工作进入了下一阶段。队员郑小英站在一口大锅前开始翻炒温州特色炒粉干。炎热的天气加上灶台的热气，让她的口罩被汗水浸湿。“这有五六斤粉干，小英的力气大、体力好，才能炒得动，还得炒得色香味俱全。”其他队员佩服地说。

郑小英加入厨师义工队已有八年时间。从5月末起，她每晚10时才回家，清晨4点就来帮忙。“之前几个队员约好去旅游，旅行社都找好了，突然通知孩子们要高考了，我们赶紧把旅行计划取消。”

随着炒粉干新鲜出炉，义工们盛起装盆，又急匆匆地往考场赶去。

好寓意的粽子受青睐，一下子分光了

这几天，天气有点闷热，义工队贴心地提供了扇子和伏茶，给等候

的家长送去一丝清凉。

王先生携全家人来为儿子打气。看到伏茶，他立马拿起一杯解渴。小女儿看到有炒粉干，嚷着说饿。义工队员赶紧给她盛了满满一碗。得知这些都是厨师义工队一大早就开始准备的，王先生连说：“真不容易！”

随着考试结束，考生们走出考场。义工队员兵分两路，拿着粽子送给考生。带着美好寓意的粽子，受到考生和家长的青睐，一下子就发完了。

卢文勇还特意联系了温州交运集团，派出两辆公交车停在树荫处，为家长们提供阴凉的休息场所。

送考八年，厨师义工队服务还在继续

据介绍，厨师义工队成立于2016年9月，目前队员289人，平均年龄60多岁，年纪最大的80岁。

“很多义工活动都需要会烧菜的，为了人员统筹利用，我们把曾经做厨师的义工召集起来，组成了厨师义工队。”厨师义工队创始人、前队长张克说，他自己就是一名大厨。

护考活动始于8年前。卢文勇说：“当时，我在二高门口一家小卖部看到里面挤满考生和家长，在买矿泉水，场面混乱。我就想，我们义工队也能为消费者提供服务。之后，我就号召大家一起参与护考。”

厨师义工队平常还经常去本地一些敬老院，为老人理发、做饭、打扫。“我们给过生日的老人煮长寿面，老人把面汤都喝完了。”郑小英笑着说。

再过些天就将迎来中考，届时厨师义工队将转战温州市第二十三中学门口，为中考考生和陪考家长提供服务。

据《温州都市报》

“雨雨雨”模式持续 这些家电卖爆了

随着甬城“入梅”，潮湿闷热的空气也催热了“梅雨经济”。记者走访发现，宁波家电卖场、超市的除湿家电区域人气火爆，樟脑丸成批摆上货架，一场由梅雨天气驱动的“防潮消费热”正席卷全城。

除湿、烘干设备销量猛增

6月9日下午，记者在位于天一广场的苏宁易购门店看到，洗衣机、烘干机家电的销售区域，有不少顾客正在选购。

记者从苏宁宁波公司方面了解到，近一周，前来选购咨询烘干机、除湿机的顾客明显增多。6月以来，除湿机品类销售增长82%，烘干机品类的销售增长36%。宁波人买得最多的是7000元至12000元的烘干机。

“一般只需要梅雨季应急的话，3000元至5000元的洗烘一体机就能满足需求；如果需要经常使用烘干功能、衣服烘干后立即能穿的话，消费者会选择独立式烘干机，价位通常在7000元至15000元之间。”宁波京东Mall有关负责人表示。

除了烘干机外，除湿机在“梅雨季”也是不少宁波人的新宠。在苏宁易购门店，市民徐女士现场试用后惊叹：“半小时就抽出一箱水，比空调除湿快很多！”

根据苏宁后台数据显示，除湿机销售增长明显，其中1000元左右的除湿机成为销售主流。记

者注意到，在淘宝、京东等电商平台，除湿机产品价格100元至3000元不等。宁波企业德业电器一款在以旧换新补贴后到手价942元的家用静音除湿器，已售出超过3万件。

樟脑丸等防潮驱虫类商品走俏

除了烘干机、除湿机等家电大件，樟脑丸、除湿盒等防潮驱虫类商品因“小巧灵活”也颇为受宠，在宁波各大超市迎来热卖。

在位于高鑫广场的大润发超市，记者看到一整排的“防潮驱虫”主题陈列区。针对梅雨季“忽晴忽雨”、蚊虫活跃的特点，樟脑丸、除湿盒、驱蚊液、杀虫剂、雨具等防潮驱虫类商品集中陈列，吸引不少市民现场选购。

正在选购的市民王女士分享梅雨季防潮经验，“每年的梅雨季，我们家都是所有的衣柜放上樟脑丸，主卧24小时不间断开着除湿机，体感上基本不会有潮湿感。”

今年大润发在梅雨季商品的备货上更为充足，销售较火的单品数量更是较往年增加备货约20%。销售数据显示，6月以来，大润发的防蛀防潮类商品销售额环比5月增长12倍，同比增长34%；杀虫、驱蚊、防晒类商品的销售额环比5月增长15倍，同比增长也达到23%。“国货之光”樟脑丸同比5月增长28倍。

据《宁波晚报》

仪式感消费 减压型消费 考试季催热“绿色经济”

6月是考试、毕业季。近日，记者走访衢州花鸟市场发现，寓意“一举夺魁”的向日葵成为市场花店“C位”主角，而象征“步步高升”的节节高、文昌竹等绿植走俏。

在一家花卉店铺前，几位工人忙着包装向日葵花束，准备当晚送货上门。“一周前店里就已开始备货，这几天订单量是平日的三倍，百元左右的混合花束最受欢迎。每年这个时候，店里会有一拨鲜花热。”店主王女士向记者展示一款热销花束——6枝向日葵与洋桔梗、满天星搭配的手捧花，她介绍，这些从云南空运而来的向日葵单枝售价8元，是这段时间店里的“网红花”。向日葵的“葵”与“魁”谐音相呼应，象征对考生金榜题名的美好祝愿。

“6枝向日葵搭配洋桔梗、洋甘菊，辅以尤加利叶、满天星等搭配，寓意好。”市民孙女士为给参加高考的孩子一个仪式感，她在王女士的店里订购了一束向日葵花束。

与转瞬即逝的鲜花不同，绿植在书写更绵长的考场故事。在凯点花卉主题店，店主黄女士告诉记者，她店内有几十个品种近百盆绿植，还有100多个品种的多肉植物。店里推出的“绿萝+文昌竹”组合盆栽，深受消费者喜爱。而兼具观赏性与空气净化功能的龟背竹、散尾葵等观叶植物，销售情况一直较佳。

“两年前买的和女儿书桌齐高的文竹，现在已超过书桌。”市民林女士告诉记者，文竹陪伴女儿每个日出日落，这种共同成长的感觉很有意义，能达到长期陪伴减压养心的作用。

有相关人士认为，当传统“金榜题名”的期许遇上新生代“绿色减压”的需求，消费者更愿意为情绪价值买单。随着消费多样化，考试的仪式感消费、减压型消费悄然兴起。这些承载着情感价值的绿叶鲜花，不仅为考生送去美好祝福，更催生出一个新的消费业态。

据浙江在线