

苏州猕猴群每天准时下山等投喂

围观和投喂人群把路都堵了,猴群还频繁闯入周边小区

热搜·关注

近日,位于苏州上方山附近的野生猕猴成为“网红”。每日17时至18时,200余只猕猴都会准时下山,蹲守在道路两旁,数百名市民慕名前来围观投喂。这支不断壮大的猕猴种群在人为定点投喂下,已将马路当成“食堂”。市民占道围观造成道路严重拥堵,近距离投喂暗藏抓伤风险,猴群更频频翻墙闯入周边小区和高校宿舍。

实习生 秦榕 扬子晚报/紫牛新闻记者 张毕荣

大量猕猴每天准时下山等待投喂

“比闹钟还准,一到下午五点,猴子们就陆陆续续下山了。”家住附近的张先生告诉记者,最近几天,生活在上方山的猕猴已经形成了非常固定的下山规律,每天傍晚准时蹲守在致能大道的围墙上和绿化带里,眼巴巴地盯着过往行人,明显是在等待投喂。

多位市民向记者反映,这种“准时打卡”的现象吸引了越来越多的投喂者,有人专门拎着花生、水果、面包赶来,有时候一两百人围在马路边上看猴子,直接把道路堵得水泄不通。市民李阿姨无奈地告诉记者,她每天开车经过这里都要堵上十几分钟,电动自行车横七竖八停着,人群挤作一团,猴子还在车流里窜来窜去,“看着都心惊肉跳!”

随着“猴子下山”视频在社交平台不断传播,暑假里带着孩子来看猴子、喂猴子的家长明显增多,猴群也因此变得越来越胆大,

甚至主动靠近行人翻找食物。

更令周边居民头疼的是,猴子早已不满足于路边等待投喂。家住附近的李女士心有余悸地对记者说:“前几天,我进厨房,一抬头竟发现一只猕猴蹲在窗外直勾勾往里看,吓得我赶紧关窗,现在开窗晾衣服都提心吊胆。”

工作人员一路小跑来回劝阻市民勿投喂

7月20日17时,记者在苏州市上方山附近的致能大道、环山路和玉湖街交叉路口看到,十余只猕猴早就蹲守在绿化带和围墙上,盯着过往行人。

“网上刷到这边猴子成群结队下山,特意过来打卡。”王先生把电动自行车往路边一停,举起手机对准猴群拍摄。

另一侧,一位游客掏出香蕉递向路边的猕猴,猕猴立刻跑过来抢走香蕉,七八只猴子瞬间围拢争抢。

尽管围墙上“禁止投喂野生猕猴”的警示牌十分醒目,现



猕猴在喝可乐,有市民抵近拍摄



等投喂的猕猴

场仍有人晃动零食投喂猕猴,甚至伸手去摸猕猴。

苏州市植物园工作人员一路小跑来回劝阻市民勿投喂,刚劝离这边投喂的市民,路对面又有家长带着孩子拆开饼干进行投喂。苏州市植物园工作人员对记者说:“我们刚走,猴子就探出头,看没人又翻出来蹲在这里等吃的。”

时值晚高峰,道路被观猴人群和随意停放的电动车挤占,公交车反复鸣笛也无法动弹,途经车辆只能低速慢行。大量果皮、零食包装袋散落路边,保洁人员每日都得额外增加人力清扫。

市民投喂改变猴群取食习性

苏州市植物园工作人员介绍,这个数量庞大的猴群,源自30多年前海关查获并安置在上方山的8只猕猴,如今已自然繁

衍至200只以上,且每年还在新增数十只。园方虽定时在山上科学投放食物,但长期有市民前来定点投喂,导致猴群形成了下山取食习性。

“我们试图阻止猴群下山,但根本抵消不了市民投喂的吸引力。”工作人员说。

市民投喂不仅改变了猴群取食习性,更催生了流量效应。近期,社交平台上,“猕猴下山”的视频不断传播,吸引大批网友专程前来拍照打卡,加上正值暑假,众多家长带着孩子前来近距离投喂野生猕猴。

建立多部门联动机制快速响应猴群扰民事件

苏州市植物园工作人员介绍,猕猴属国家二级保护野生动物,园方不能随意抓捕或限制其活动范围,只能采取温和驱赶、每日巡逻、实时监控、广

播提醒,并联动交警疏导占道围观市民。

工作人员提醒市民,猕猴野性难驯,拿着食物伸手投喂食物极易被抓伤,如果受伤后须前往门诊接种狂犬疫苗,风险不容小觑。希望广大市民停止投喂食物,主动远离猴群,切勿因好奇而将自己和他人置于险境。对于闯入小区、校园的猕猴,应联系林业部门处理,不要自行驱赶或喂食。

记者了解到,针对愈演愈烈的猕猴下山扰民及投喂乱象,苏州市林业、交警、属地街道等部门,将增配现场劝导力量,在重点路段增设高峰固定值守岗,联动交警疏导交通、处置违停,保障道路畅通。同时,进社区、进校园科普教育,推动形成“不投喂、不围观、不靠近”的共识。另外,健全应急联动,建立多部门联动机制,快速响应猴群闯入小区、校园等突发事件。

从中产“标配”到销量下滑、二手贬值 钢琴市场“卷”不动了吗?

热搜·话题

近期,少儿艺术培训“标配”、中产家庭育儿“刚需”的钢琴销量下滑引发热议。少儿钢琴热度散去了吗?扬子晚报/紫牛新闻记者近日走访市场一探究竟。

新钢琴销量骤降,二手钢琴大幅贬值

在南通城区一家大型琴行,店内陈列着各种国产和进口品牌钢琴,标价从几千元到十多万元不等。负责人介绍,2022年前后是钢琴行业销售高峰,门店月销量可达五十台,近几年销量连续下滑,如今月销仅十余台,降幅接近六成,目前仅两万元上下的高性价比款式相对畅销。

在新琴销量下滑的基础上,二手钢琴的保值度下跌明显。福建的唐先生近期在网上挂出一台2021年购置的雅马哈钢琴,当时花费了四万多元购入。“买

来给孩子练习弹奏,他学了几年没兴趣了,钢琴闲置至今。”唐先生无奈地表示,咨询多家回收商家后得知,这台九成新的品牌钢琴回收价仅一万余元。

这样的情况并非个例,有网友2022年花费一万七千元购入普通家用钢琴,如今二手回收报价仅2000元,还少有回收商接单。

钢琴回收商则表示,一线大品牌贬值相对平缓,杂牌、贴牌钢琴则极易出现大幅折价、流通困难的情况,对于使用超过十年的国产钢琴基本不愿意回收了。

培训市场分化严重

无论是新机还是二手钢琴,市场都表现得冷冷清清,难道钢琴“热”过时了吗?暑期是艺术培训的黄金旺季,记者走访了多家钢琴培训机构发现,当前培训市场两极分化明显。口碑扎实、师资稳定的老牌钢琴机构课程依旧火爆,课程排期饱满。“新学员大多是靠老学员转介绍。”南通

市区一家琴行负责人表示,当前招生压力不算大,课程已经排到了八月中旬。

然而,部分中小型工作室招生遇冷,即便在网上推出3000元15节课的团购套餐,吸引力依旧有限。“学钢琴的孩子明显少了,一些机构运营不下去,现存的培训机构忙着抢生源。”从业9年的钢琴教师花玲对供需变化感受明显,她表示新学员数量整体减少的基础上,每年还有不少老学员因为兴趣下降或者家庭投入成本压力大等原因放弃学习,加上近年来AI、编程、无人机、机器人等新兴少儿培训项目分流了传统艺术类培训的需求,进一步导致钢琴需求减少。

为了生存,少儿钢琴培训机构纷纷增设成人课堂。“成人学琴多以兴趣娱乐为核心,没有考级压力,大多为了学会弹奏自己喜爱的流行曲目。”从业人员刘先生分析,正是这种轻松的学习模式,让成年学员更容易坚持,课程续费意愿远高于少儿学员。



南通一家大型琴行陈列着各种品牌钢琴

新产品新服务强势介入

“作为业余兴趣爱好,网购一台电钢琴足够了。”成年学员王宇告诉记者,传统立式钢琴价格昂贵、占用空间大,且需定期调音,相比而言电钢琴优势更突出,成为传统钢琴的“平替”。

记者查询各大网络销售平台发现,入门款电钢琴仅需数千元,支持耳机静音练习,不扰民、易收纳,适配城市家庭居住场景。同时,可折叠电钢琴、AI智能陪练钢琴等新品不断迭代,功能愈发完善,网络销量持续走高。

此外,共享琴房、线上AI陪练

等新业态普及,爱好者不必购置私人钢琴就能满足练琴需求,进一步压缩了传统钢琴的消费空间。

据乐器行业报告统计,目前全国钢琴社会存量保守估计已突破千万台,市场饱和度极高。业内人士表示,传统钢琴行业的降温,并非艺术教育市场的萎缩,而是行业回归理性的必然结果。曾经跟风学琴、盲目购琴的消费热潮退去,消费者不再追求“乐器之王”的光环加持,而是根据自身需求、实际场景理性选择产品与课程。

扬子晚报/紫牛新闻记者

吴佳笑 文/摄