

边吃夜宵边看球,欧洲杯让铁杆球迷成深夜吃货

小哥奔波到凌晨3点 啤酒小龙虾成“看球”套餐

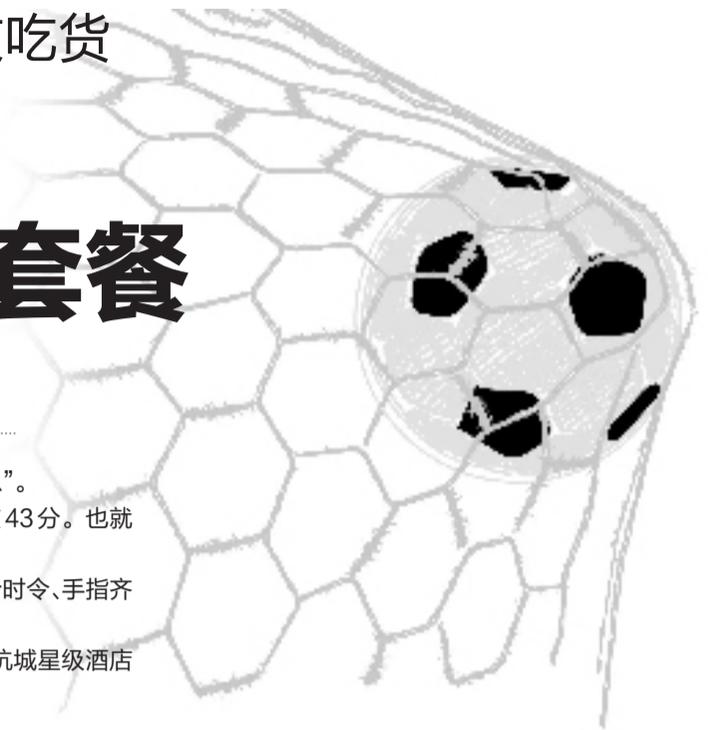
本报记者 陈婕 祝瑶 鲁佳

“这几天白天下雨,晚上欧洲杯,可把我们忙坏了。”欧洲杯开赛,杭州的外卖小哥首先“告了急”。

美团外卖古墩路站点的站长小宋告诉记者,开赛第一天,站点里接到最晚的订单是凌晨2点43分。也就是说,小哥们收工回家要凌晨3点之后。

身兼“铁杆球迷”与“深夜吃货”身份的网友们,纷纷以食物提神,徜徉于每个看球的夜晚,符合时令、手指齐动的应季小龙虾成了不少食客的喜爱。

不仅如此,天猫数据显示,欧洲杯、足球、球衣等相关产品已成热搜词。除了衍生产品热销,杭城星级酒店也加入到欧洲杯的“淘金区”。



是水果,其中销量最高的是妃子笑荔枝,每晚销量超过5000份。其次是卤味熟食和半成品小龙虾“拳击虾”,妃子笑冰醉风味成为网红爆品。酒水饮料作为欧洲杯不可缺少的宵夜商品,在叮咚买菜平台上也呈现出明显的销量上升趋势,青岛生啤、福佳白啤酒、三得利超纯啤酒更是抢购一空。

小龙虾到底有多受欢迎?叮咚买菜数据显示,6月11日到6月15日,拳击虾销售额超过2000万,环比增长近40%。从今年4月份上线截至目前,拳击虾销售已经超过1.6亿元。

球衣销量大涨18倍 女球迷最爱葡萄牙队

在每次足球类大型赛事中,总会出现一个“预言帝”。例如,最出名是2010年南非世界杯上,名声大噪的章鱼保罗,成为当时大红大紫的“预言帝”。不过,这些年球迷也有着更“牛”的预言行动——他们通过上网购买球队球衣来表达这一预测结果。今年,网友都爱买谁家的球衣?

钱报记者了解到,天猫数据显示,618期间各家球队的球衣销量同比增长18倍。值得一提的是,世界冠军法国队、上届欧洲杯冠军葡萄牙队在天猫开设官方旗舰店,为球迷带来最新款的国家队球衣,还首次参与天猫618活动。

不过,随着天猫618发布的欧洲杯球队人气榜,从球迷的球衣购买量来看,身为四届世界杯冠军的“德国战车”最受欢迎,力压两支参与618的冠军球队稳居第一。

当然,女球迷最爱的还是葡萄牙队。另一组数据显示,购买葡萄牙队球衣的球迷中,女性占比达到38.61%,为各支欧洲杯球队中最高。

每逢“越夜越精神”的体育大赛,球迷们总有各种必备“神器”。一种看似不搭界的产品盯上了有家室的男人:低音版无线耳机,“戴上它,看球就不怕吵了妻子和孩子了。”有人欢喜也有人忧愁,耳塞也成为了爆款,数据显示,最近一周有138万人上天猫搜耳塞。很多人都在耳塞商品下问大家:“欧洲杯开始了,老公看球,我用这个耳塞效果好吗?”

嫌在家里看球不过瘾?记者从杭城多家星级酒店了解到,看球必备的大屏幕已经准备好了。

“9点这一场比赛,最受球迷喜爱,上座率也不错,”杭州洲际酒店相关负责人表示,酒店的沃欣尔德式餐吧最热门的是欧洲杯烧烤套餐,包含了杭城吃货们喜爱的自酿啤酒、招牌猪手及烤鸡等美食。

不少星级酒店表示,考虑到时差问题,本届欧洲杯不少比赛都从凌晨开赛,很期待夜间消费额能有所突破。杭州泛海钓鱼台酒店推出了双人套餐,其中的小食拼盘,就包含了一些特色风味,例如青芥菜苗拌木耳、照烧鸡翅、炸鱼饼等。

看球助兴的美食

杭州人最爱烧烤、炸鸡炸串和汉堡薯条

近日开打的欧洲杯,让中国球迷们同样也为谁将捧起德劳内杯而疯狂。你是不是觉得,半夜看球和夜宵最配?

在微博上,网友们一边熬夜,一边晒夜宵,“为了吃夜宵找个借口看欧洲杯”、“欧洲杯什么时候结束,我刚瘦下来的两斤肉经不住造啊”、“我哥看欧洲杯,肚子饿,拉我起床陪他吃夜宵”……各种烧烤、小龙虾、啤酒、炸鸡……看球必备夜宵走起来。

看出来了吗?啤酒加小龙虾是最容易被大家想到的“看球”套餐。

记者从饿了么了解到,欧洲杯开赛以来,杭州零点后的外卖订单环比上月增长超两成。其中,凌晨2-4点的订单量环比增长最为显著,可见蹲点凌晨3点的比赛是最需要补充体力的时候。从欧洲杯以来后半夜外卖订单量来看,杭州在全国位列第三。

环比上月,杭州烧烤订单增长四成,麻辣烫、水果、奶茶、小龙虾和卤味等增长均为三成。同时,红牛和啤酒的外卖订单也均增长超过三成。

从欧洲杯助兴的美食来看,杭州人最爱点的是烧烤、炸鸡炸串和汉堡薯条。其中,烤面筋、烤花菜和烤娃娃菜最受欢迎。

针对欧洲杯等赛事,叮咚买菜近期开通了夜宵场,将每晚的送菜打烊时间从晚上10点半延迟到了11点半。球迷们纷纷选择水果、卤味熟食和半成品小龙虾“拳击虾”以及酒水饮料作为“看球三件套”。

有点意外的是,大家夜宵时最喜欢在叮咚上购买的

端午节 80后出游 亲子游占5成

本报讯 端午小长假中,周边游成为超半数以上的游客选择。80后、90后、00后依然是旅游出行主力,高铁周边游成热门选择,提前在平台找灵感、订优惠成年轻人旅行前的“标准动作”。

携程发布的《2021端午假期旅行大数据报告》显示,今年端午平台整体订单同比去年增幅达到83%,其中门票、租车、主题游等业务已超越2019年同期水平,同比去年分别增长87%、153%、171%。

总体来看,80后、90后、00后人群占总出游人数85%。80后预订的旅游产品标签中,主题乐园、动物园、博物馆、水上乐园、山岳排名靠前。80后客群中,近五成是亲子游,80后亲子订单是90后亲子订单的2倍多,这样看来,每逢节假日,“遛娃”是80后的头等大事。

分析90后的旅游产品标签,靠前的有主题乐园、博物馆、漂流、户外活动、岛屿,不难看出,出游“扛把子”90后既怀有童心,喜爱主题乐园;又兼具“文青范儿”,热衷文博游;同时还是户外主题旅游的“实力担当”,漂流、徒步、登山全在他们的旅行清单中。

以00后为代表的新消费人群,预订产品代表标签有主题游乐场、水上乐园、古镇、乘船游览、建筑人文。对于这一代年轻人来说,既要拥有历史文化的厚重感,也要参与体验感强、挑战性高的玩乐项目。

由于端午小长假时间限制,高铁游成为18岁到35岁的人周边出行重要选择,旅客高铁游单程平均时长为2小时13分钟、平均出行半径338公里。

本报记者 马焱



扫一扫
了解身边
财经大小事