



发个定位 就能送到帐篷口

踏青露营火了外卖,小哥把公园跑熟了

本报记者 陈婕

“现在是杭州最好的季节,到亚运公园露营的多了,我们的单子也多了。”黄金成是甘肃人,来杭州加入饿了么3年了,一直在紫金港一带送外卖。随着杭州亚运公园成了著名的露营公园,黄金成几乎成了这个公园的专送小哥。除了工作人员,可能没人比他更熟悉这个公园,“可以说,每一块草坪我都去过。”

又到一年踏青时。今年,不少人选择带着家人朋友到公园露营,一待就是一整天,吃喝靠外卖解决。



一天进N次公园,风筝送到帐篷门口

黄金成到现在还记得,在亚运公园对外开放之前,自己的订单以送小区为主,“紫金港那一带的望月公寓、温州村,租户多,还有学院府周边的一批小区都已交付,人员密集,外卖单子一直都不少。”

跟很多覆盖写字楼区域为主的站点不同,因为区域以小区为主,所以每逢周末,黄金成都是相对比较忙的。到了去年,亚运公园开放后,露营一下子火了,黄金成的忙碌指数更是直线上升。

“就拿清明节假期来说,一天去好几趟公园,有时一趟就同时有三四个单子。”黄金成告诉记者,单子多当然是好事,不过,亚运公园面积大、人口多,对新小哥来说的确是有些痛苦。尤其是再碰到第一次来的顾客,说不清楚自己的位置,所以就找不到了。

黄金成还记得自己第一次来这个公园送单子的囧,“电话都打了好几个,找来找去不知道在哪儿,电瓶车还停在公

园外面,硬生生走了十几分钟。”

不过,他很快发现,事实上亚运公园是一个对小哥颇为友好的公园,“允许且只允许我们骑手骑着车进来,这样我们方便多了。”

渐渐地,黄金成也摸到了在公园送餐的窍门:快到公园时先给顾客打个电话,是在“杭州伞”还是在“黄金球馆”附近,在丰潭路附近还是在学院路附近,这样结合起来就能判断顾客大致的方位了。“这里北区有一个曲棍球场,因为场馆的造型像一把撑开的雨伞,俗称杭州伞,南区有一个乒乓球馆,因为是金色的,我们俗称为黄金球馆。”他解释道。

进入公园,到了大致方位后,黄金成会再给顾客打个电话确定具体的位置,“问问顾客穿什么颜色的衣服,告诉顾客我到了哪里,一般两三个电话就能搞定。”黄金成说,实在不行,还有一招“杀手锏”:加微信。“发个定位就能送到帐篷口,昨天我就这么送了一只风筝。”

果切、奶茶最受欢迎,青团也是独特选择

85后小王是一个“刚入门不久”的露营爱好者,最近只要是周末天气好,他都会挑一天出来,全家一起去附近的公园露营。大人们聊天喝茶,甚至就躺着晒太阳放空,孩子就在公园里跑来跑去,耗电。

“我还曾经看到有人带电脑来办公,可能换个环境干活心情都不一样。”小王告诉记者,大部分来露营的都是年轻人,所以叫外卖也是很顺手的事儿,“因为七七八八的装备已经挺多了,所以食物饮料一般都会叫外卖。”小王笑着说,自己露营用的天幕都是在外卖平台上下的单。

越来越多的年轻人、家庭出行,开始选择即兴、轻装出游。饿了么数据显示,近一个月以来,杭州城市公园露营相关地点外卖订单量环比增长20%。其中,

风筝的订单量环比增长了200%,帐篷、防潮垫、飞盘等踏青时的快乐装备搜索量也均有不同程度的增长。时令青团也是出游人群清明踏青点心的独特选择,黑松露虾仁青团、龙井啵啵青团、榴莲青团、桃桃芝士山楂软心青团等尝新口味尤其受到消费者喜爱。

当然,水果、奶茶、披萨、点心等美食外卖仍然是踏青露营时最便捷的“饱腹”选择,“尤其是果切,最受杭州人欢迎,奶茶单子也很多。”黄金成告诉记者,前来露营的以年轻人或者是带孩子的家庭为主,这一类的休闲美食很受欢迎。

天气越好,露营单子越多,这给了黄金成满满的动力。“平时每天50单,上周六一天送了60多单,我看了天气预报,这周末天气很给力。”黄金成笑着说。

追随花期游全国

三亚、广州、成都、杭州等城市 进出港机票预订量已超过疫情前

本报讯 四月来临,春暖花开。回望已经过去的一季度,旅游市场迎来“开门红”,有效促进各地消费加速复苏。去哪儿数据显示,三亚、广州、成都、杭州、深圳等多个城市进出港机票预订量已超过疫情前(2019年同期),热门城市酒店入住间夜量同比疫情前(2019年)增长六成。

2023年旅游市场的复苏,从海边开始。数据显示,今年元旦期间,三亚、西双版纳、陵水、海口、厦门、万宁等气候温暖的旅游度假城市,酒店连住3天以上的订单占比接近三成。而电视剧《去有风的地方》《狂飙》《夏花》等的热播,带火了大理、广东江门、海南陵水等目的地的旅游增长和消费恢复。

有海和有风的地方,旅游热度仍在持续。早在3月初,就有旅客提前预订了三亚、大理等热门旅游目的地的酒店。距离五一还有50天时,4月29日北京-大理经济舱已售罄。

没有一个冬天不可逾越,没有一个春天不会来临。疫情三年后,3月12日,武汉大学宣布,樱花开放管理期间,社会公众可预约入校赏樱,迟来三年的赏樱之旅,终于得以重启。数据显示,信息发布后,“武汉”“武大”瞬时搜索量环比前一日增长4.1倍。武汉3月酒店预订量超过疫情前(2019年)1倍,武汉大学周边酒店预订量同比增长13倍。

不只武汉,全国多地繁花盛开,旅客可以追随花期,到各地赏花观景。3~4月湖北武汉的樱花、西藏林芝的桃花、广东广州的木棉花、江西婺源油菜花,4~5月重庆的郁金香、河南洛阳的牡丹、新疆伊犁的野杏花……疫情期间“云赏花”的体验,终于在这个春天照进现实。

有的人忙着看花,有的人忙着看“花花”。顶流熊猫“花花”,带火了“熊猫之城”——成都。在去哪儿平台上,3月飞往成都的机票预订量同比疫情前(2019年)增长二成,成都大熊猫繁育研究基地门票销量同比去年增幅达9倍。

除去熊猫本体,“熊猫”二字也成为近期的流量密码,所有与熊猫相关的酒店,甚至名字里有“熊猫”二字的酒店预订量都达到近期峰值。

有业内人士粗略计算,今年3月以来,到成都去看“花花”的游客,(机票+酒店+门票)平均消费1075元,对于成都而言,“花花”每带来一名游客,至少为当地带来1075元的经济增长。

本报记者 马焱