

# 宁波50家样本企业春节累计销售近7亿元,火爆背后有这些鲜活面孔—— 他们有多忙,开门红就有多红

## 景区引导员陈思宇:日均接待游客接近开园以来最高峰



正月初二至初五,奉化溪口应梦里景区迎来春节长假客流高峰。受访者供图



陈思宇 受访者供图

疫情三年后,兔年春节消费强势回暖。根据最近各大机构陆续发布的数据,餐饮、旅游、零售等领域纷纷交出三年来最亮丽成绩单。以宁波为例,全市重点监测的50家样本企业累计营业额6.93亿元,较疫情前同期增长4.7%。

今年的“购物车”地位也前所未有的重要。中央经济工作会议在部署2023年经济工作时,将着力扩大国内需求列为2023年五大重点工作之一,并强调要把恢复和扩大消费摆在优先位置。回暖的“春节档”消费,无疑对全年消费复苏有着重要的意义。

走进火爆数据背后熙攘的街市、满额的院线、火爆的景区,我们看到的是一家家市场主体,是一个个鲜活的面孔,在他们的讲述中,我们触摸经济脉动,感受复苏活力。

## 民宿主邱婷: 干民宿第四年,终于迎来春天

我是象山茅洋乡白岩下村“朴舍民宿”的老板,今年是我们民宿开张的第四个春节。节前几天,民宿预订量眼看着“噌噌”涨起来,我知道今年的春节档稳啦!



邱婷 受访者供图

3年多前,我的民宿刚开张没多久,就“撞”上了疫情,退单、毁约,各种不确定因素让民宿的营业额起伏,根本没个准头,当时心里最大的感受就是“不踏实”。

要知道,开这家民宿,我几乎倾尽所有:辞掉城里稳定的护士工作,卖掉城里的房子,凑了400万块钱回老家把老房子重建成全木结构的民宿,我好害怕这钱会打了水漂!

直到临近今年春节,民宿的8个房间早就被秒掉了,我手里握着满满订单,悬着的心也终于落地了。

信心回来了,我折腾的那股劲儿也一下子被激活了,我开始搞“花样”了。

春节前,我就把房子整修了一遍,破了、旧了的窗纸换成了磨砂玻璃,坏了的木构件也换了新,边干心里边美美地想着:“换新装”可以迎新客。

都说出来过年,最“抓人”的年味儿就是一顿特色的年夜饭,而我的父亲就是村里有名的大厨,如今也是我们民宿最大的金字招牌。今年春节,为了引客、留客,我们俩早就商量起年夜饭菜单,还打出广告:“要为每个客人量身定制过年大餐”。这其中就有我们当地最特色的海鲜面,食材来自附近的蟹钳港,透骨新鲜!

这年味菜可帮了我大忙,吸引了一大波客流!像正月初二这一天,我们一共接待了近60名游客,父亲忙得没停过,我也只得钻进厨房给他打下手。当天的客人中,还有一对夫妻就被我们家的年味餐“锁牢”了脚步,本来他们只预定了一晚,后来又加了两晚!

有吃的,还得有玩的。我们民宿附近就是“空中玻璃栈道”景点,这是我们村民每家出资8000元众筹建的。除了用好这个资源,我还自己花了1万多块钱买了一大堆烟花,从除夕夜到正月初二,每天定点放烟花,作为民宿“过大年”的特色项目之一。

那几天晚上,当烟花照亮天空,游客和村民就会从四面八方跑来我们民宿看,里三层外三层围着,大家拿起手机拍照,发朋友圈。无疑,我们民宿就是春节里全村“最靓的仔”,狠狠营销了一把!

这个春节,如潮的人流也像一面“放大镜”,放大了我们小山村这些年为发展旅游所做的努力。

就在我们民宿不远处,有村里的老茶场。这个春节,茶场里摆出了一组组的茶台、茶炉、茶具等,搞起了围炉煮茶的项目,生意极其火爆,他们准备的茶具都供应不上,还跑来向我借走好几套。

经历了这个春节,我更有信心。我预感:在辞职卖房干民宿的第四年,我终于要迎来“春天”了!



春节期间,朴舍燃放烟花。受访者供图

“请往前走,小心脚下。”这是春节里我重复最多的一句话。我叫陈思宇,奉化溪口应梦里景区的一名引导员。

这个春节是我们景区的第一个“春节档”,我和同事们既兴奋,又稍稍有点紧张!

7个月前,景区开业那会儿仍在疫情防控期,所以我们开业以来都没怎么经历“人从众”的场景,而这个春节,疫情防控政策优化之后,我们客服部16个员工没一人春节请假,全员“上线”,备战可能出现的客流高峰。

我们景区主打夜游,所以平时开园时间一般在下午4点,晚上10点闭园,开园前半小时是我们的日常例会时间。

临近年底的每次例会,我们都在演练如

何应对客流“爆仓”,像我们引导员每天都要去各个角落“扫街”,景区有红白色调的“狂人街”、水蓝色基调的“再康桥”等五大街区17条街巷,路线比较复杂,我们必须抓紧时间把整张景区地图烂熟于心。

我们景区还请了“外援”,以增加高峰时段的服务能力,12个精兵强将都是向别的景区“借”来的,其中就有5位经验丰富的客服人员支援我们的引导任务。另外,公司管理人员也全部冲到了前线,流动巡岗,哪里有需要就往哪里“填”。

正月初一,天气不算好,当天的客流不算太大。到初二,算我们的“练兵”正式开始,园区开园时间足足提早了一个小时,以便更从容地接待来客,4个剧场演出场次也都增加了,像主打剧目“刺杀001”从一天一场增加

到了一天三场。没想到的是,当天刚开园时,游客还是三三两两的,我心里直犯嘀咕“说好的高峰呢?”好在,天色渐暗后,人潮就来了。

景区入口的城门正对面就是“狂人街”表演秀舞台,下午4点多时正好有演出,音乐震耳、霓虹闪烁,氛围特别好,刚入场的游客都被震住了,驻足拍照,这里一下子就有了人山人海的感受。“城门口游客多,需要支援!”对讲机响起,我赶紧跑过去,因为演出结束,散场时特别需要引导,以防人流拥挤,造成推搡。

“剧场在哪?”“下一场演出几点?”“这个网红打卡点怎么走?”“最近的卫生间在哪?”……果然,表演一结束,各种询问声就迎面砸来,我一回应,还提醒游客拍下演出时间表。

## 餐厅店长李海:短短一小时,放出100多个取餐号

我是金胡椒宁波来福士广场店店长李海,干餐饮已有21个年头。这个春节的客流就像突然“爆”了一样,一下子叫人忙到脚不沾地。

我们店是一家泰国菜馆。春节七天,我们店门口天天排队,最多一天,接待了180桌,而我们店里只有28张桌子,算下来,平均每张桌子要翻桌五六次。店里最热门的特色菜咖喱虾,119元一盘,春节一天就能卖140来盘,是平时的3倍多,700多元一盘的咖喱蟹一天能卖出30多盘。

印象最深的是农历大年初六的晚上,我们从下午4点半开始营业,到5点半我就直接“锁”了放号机。短短一个小时,我们就已经放出了100多个号,不敢再放号了。即便这样,那天我们还是忙到了晚上10点。

这个年,我们大部分员工都在岗,全职员工加上兼职的寒假工,有41个人,可还是来不及,烧菜来不及、端菜来不及。原本在餐厅后面控场、盯上菜速度的我,也上场端盘子去了。每天晚上回到家,我都累得倒头就睡!

虽然大家嘴上都抱怨“太累了”,但心里还是明白:还是忙起来好,生意好了,咱的钱包不也能鼓起来嘛!春节前三天,我们都能拿到3倍工资,大年初六,老板还给我们发了大红包!



李海(左) 拍友 吴天云 摄

要说收获,这个春节我最得意的是:零投诉、零争吵。

试想,客流量这么大,客人等位时间长,我们的工序也难免忙中出错,好在我准备了

应对突发情况的小“妙招”。

第一招就是分批带客,控制时间。每餐开始营业,我会先带10桌客人入座,间隔5到10分钟,再带下一拨客人,我们要求客人

## 影院经理廖春华:七天票房,相当于去年三分之一

我叫廖春华,是慈溪中影美国国际影城的经理,这个“春节档”我忙碌了七天,也感动了七天!

忙碌好理解。说感动,是因为观众回来了,影院又热闹了!

元旦前,观众踏进影院,我们说的还是“你好,请出示绿码”,现在观众一进门,我们第一话便是“新年快乐”,对我们干影院的来说,真的没有什么比看到鱼贯而入的人流、观众来得开心了!

今年春节,因为几部主打影片时长较长,我们排片场次数量比历年春节都要少,7天票房接近139万元,也不算是最高的一个春节,但考虑到去年一整年我们一共也只有400多万元的票房,这相当于这个春节做了去年三分之一的量。

惊喜的是,我们春节档上座率创下了新高,达到48%!尤其是下午1点到晚上8点的高峰时段,上座率更是高达85%以上,《熊出没·伴我“熊芯”》这样的动画大片几乎是场场爆满。

“忙忙忙”,是这个春节的关键词。受疫情影响,其实这两年影院生意并不好,留下的员工也不多。虽然疫情防控政策优化调整后,我预料到了春节档会火,但临近过年招工确实难,所以我们在人手不足的情况下,把一个人当两个用。



廖春华 受访者供图

高峰期时,一名场务就要顶好几个斤,值班经理就像“万金油”,哪缺哪补。我上午忙完手头的活,其余时间就开始当“替补”。大伙也都从清晨到深夜忙个不停,有人嗓子哑了,有

人嘴起泡了,可大家可心里就两个字:踏实。

而这样的累,真的是分分钟可以被观众“治愈”的。

几个大银幕影院的开场时间比较接近,

因为剧场表演确实是我们景区的一大亮点,我希望每个游客都能享受到我们精心准备的每一个节目。

“警报”解除,我继续巡岗,哪里人多,我就去哪里。我总想着多走、多看、主动问一句,可以给游客带来更好的游览体验。当天晚上景区关园后,我一看微信上的运动步数,2.5万步,比平常翻番了。

之后,景区数据出来也让我们很兴奋——初二开始,日均客流有5000余人,接近开园以来的最高峰!

虽然春节期间都像在打仗,顾不上吃晚饭,顾不上陪家人,还要靠嗓子“续”着我的喉咙,但是我们为每个来景区的游客送上了“五米微笑、三米招手、一米问候”的贴心服务。

人座后30分钟内上齐菜。分批带客,就给我们准备菜品留足了时间,消费者的体验也会更好。

而排队时,我会主动为取号的客人预估等待的时长,能接受再取号,这避免了很多纠纷。我还会建议他们先在周边逛逛街或者看场电影。

第二招是送上礼物,缓解焦虑。我们给在门口等候的顾客准备了饼干、糖果等小食,缓解无聊。入座后,若上菜延时了,客人还会收到分量很足的虾片,看到有情绪的小朋友,我会及时送上小兔子球。

另外在人手准备上,前期我也“留了一手”,给每个岗位都加派了人手。例如,炒锅师傅平时是3人,春节期间增配了一名副手,帮助主厨递材料、拿盘子等,节约时间,大家也可以轮换休息。

分析今年春节的火爆场景,我认为除了疫情防控政策调整优化等因素,各级政府发放的消费券也有很大的刺激作用。九成到店的顾客在结账时都会用消费券。

当然,我们也清楚,消费券不可能直发下去的,菜的质量和aras服务质量才是真正能留客引客的根本。所以,我们每天都会在结束营业后进行一次复盘,当天哪几个菜品顾客反映成了、淡了、量少了,在美食点评网上,顾客为什么会打中评和差评等。

正月初二那天,观众格外多,大堂排起了长队,七八百人等着进场,检票员忙不过来,我赶紧跑去帮忙。因为我站的检票位置正是冷风口,手很快就被冻僵,检票的动作也慢了下来。这时,后面的观众齐刷刷将自己的副券撕开一半,再递给我。当时,我还挺感动的,鼻子一酸,眼窝一热,差点没绷住!

我也算是电影院的“老人”了,在这行业工作十年,我眼中的观众就是“最可爱”的,尤其当我经历了影院的低谷之后。疫情期间,影院有时候一天票房收入不足千元,成本都收不回来,2020年我们影院半年未开张,员工没收入,走了不少,陆续又有影院倒闭的消息传来,当时我和员工们都有点迷茫。

所以,这个春节观众大批回归,我们也很珍惜,要拿出最好的服务。今年,我们打算把影院小小翻修一番,不舒服的、坏掉的座椅统统换掉,还要给员工做更专业、更精细化的培训。另外,我还打算把疫情期间中断的“爱心服务”重新捡起来,邀请医务人员、环卫工、留守儿童等群体,走进电影院免费观影。

(本报记者 段景蕾 翁云雷 周文丹 应磊 陈醉 整理)

