

车厢空很多,安全保障却强了很多

——数字背后的特别春运

新华社广州2月17日电 新冠肺炎疫情疫情影响下,2021年的春运客流减了很多,车厢空了很多,安全保障却强了很多。一组组特殊的数据,透露出这个特别的春运里“安全”二字的分量和背后的故事。

——智能测温7.53亿人次,“无感”让旅客有更好的体验感。

作为春运中疫情防控的重点,高铁站的体温检测是其中一道重要防线。然而在广州南站,进出站的旅客不留心几乎感受不到体温检测环节所在。

广州南站党委副书记王展新说,即使受到疫情影响,车站每天到发客流也有几十万人次,为避免因为体温检测造成人员拥堵,车站在进出站通道安装了100台智能体温检测系统。旅客不需要停留,正常从进出通道走过就能检测体温。

据广铁集团介绍,今年该集团一共在车站配备431套红外线智能体温检测系统,旅客在设备8米内都能

精准测出体温。截至目前,已累计检测旅客体温7.53亿人次。

——用掉14.5万瓶消毒液,每日消毒55万平方米,让回家的人有干净的车站。

在广州南站,每天深夜23时30分,负责疫情防控工作的客运值班员司淋涛准点开始“清场”。近7万平方米的广州南站候车室内,地板、座椅、电梯等每一个需要消毒的角落都必须认真进行消杀。全站消毒作业完毕时,已是凌晨5时。

统计数据显示,今年以来,广东各车站已用掉14.5万瓶消毒液,每日消杀动车310组,消杀车站面积约55万平方米。

——每日清洗空调滤网420片,负重30斤步行十几公里,让旅客有一趟空气清新的列车。

“客流虽然少了,但我們的高铁消毒、检修、保养工作,一样也马虎不得。”大年初四,广州动车段广州东运用所检修班工班长尹达宇在当晚开工会上叮嘱工友。

动车组列车的消毒通风,是列车运行中防疫的关键。动车组车厢内是一个密闭结构,内部的空气需靠空调系统来完成。疫情发生后,铁路部门对所有动车组列车,最大限度增加新风供应量,各车厢每隔5分钟至10分钟就完成一次新风换气。

加大空调滤网的消毒清洗和更换频次,是确保通风系统运转良好的关键。一组动车组要完成所有滤网的拆除、清洗、浸泡消毒、烘干和安装,需要近3个小时的时间。春运以来,尹达宇和工友们每天要清洗空调滤网420片。

从去年疫情发生以来,尹达宇和他的消毒小组不仅每晚要背着30斤重的消毒桶步行十几公里对动车组消毒,还要组织开展当晚的动车组检修工作。

——266台免费自助口罩机,有安全更有温暖。

2月8日,来自四川南充的王丽带着公司发的年货和一大袋新鲜水果准备从广州火车站乘火车回家,在人脸识别进站时,不小心将口罩掉在了地上。因为临走匆忙只带了一个口罩,虽然觉得有点脏,王丽也只能将口罩捡起来,擦擦上面的灰尘,准备继续使用。

旁边看见这一幕的客运员黄山说:“口罩掉地上最好不要用,那边有免费赠送口罩的机器,赶紧取一个戴上。”

王丽按照口罩提取机上的提示操作,一个带有独立包装的一次性医用口罩从机器中“吐”了出来。

“独立包装的,还免费,真好。谢谢你啊!”王丽一边戴口罩一边对黄山说。

为给有需要的旅客提供帮助,广铁集团在116个车站安装了266台扫码自助取口罩机,广州火车站安装了6台。忘记戴口罩或口罩损坏的旅客可凭手机免费领取,每部手机每天可获赠一只口罩。

“半成品年夜饭”“线上食堂”“星厨上门” 春节餐饮新特点凸显餐饮消费转型特征

新华社北京2月17日电 今年,许多“打工人”响应号召选择“就地过年”。“打工人”也是“干饭人”,不管在哪里过年,总要吃好喝好,才有过年的味道。往年春节,餐饮最火爆的当属各家饭店的大堂,但在“就地过年”的新潮流下,这个春节的“食堂”则从线下搬到了线上。

从“一人食豪华套餐”到“小家庭团圆饭”,从“快手家常菜”到“半成品年夜饭”,春节餐饮新特点让餐饮消费转型特征更加凸显,餐企变革也乘势而上,行业新增长点正在加速形成。

餐饮门店堂食受限餐企顺势求变

春节前夕,全国多地发布疫情防控指南,倡导控制聚餐人数,再加上人们自主疫情防控意识增强,餐饮门店传统的“团拜宴”“年夜饭”遇冷。

记者在四川成都市区多家餐厅的订餐日历上看到,虽然早在去年国庆节后,就有顾客提早预订了腊月二十九、大年三十和正月前几天的家庭宴席,但排期不像往年那样密集,面向企事业单位的大型团拜宴订单量下降尤甚。

成都一连锁餐厅大堂经理表示,春节前后本是餐饮行业的旺季,往年一个月订出去三四百桌只能算基本水平,火爆的时候排两三轮也不一定有空位,订餐电话都快被打“爆”了。但是今年情况不一样,不仅电话略显冷清,不少来电还是退订的。

“今年我们主打家宴头盘菜,特别包装推出佛跳墙和干烧海参两款‘硬菜’,连锅带菜全部备齐。”成都老房子华粹元年食府总经理熊江华



2月17日,外卖配送员在成都一家火锅店交接消费者在线上下单的外卖火锅。

新华社发

介绍,顾客只需在手机上选定菜品,餐厅就会提前制作好并按约定时间送货,简单加热就能摆上宴席。

餐饮线上服务量质齐升

自新冠肺炎疫情发生以来,加强线上服务成为传统餐饮企业寻求转型、绝地求生的重要途径,在今年的春节餐饮消费中,许多餐饮企业也是依靠线上推陈出新,提供线上服务的餐饮企业范围越来越大,服务质量明显提升。

据了解,今年上海有78家餐饮企业、2274个门店的225款年夜饭套餐支持外卖。西贝、眉州东坡、青年公社等餐饮品牌,都在线上推出年夜饭套餐或新春套餐。

越来越多的高级宾馆酒店加入线上“年夜饭圈儿”。飞猪平台数据显示,春节前一周,该平台自提酒店年夜饭的预订人次环比增长了4.2

倍。在广东,广州白天鹅宾馆、广州中心皇冠假日酒店等纷纷推出可自提的粤式新春盆菜,让“打工人”在家也能享受品质大餐。

在传统餐饮企业急迫转型的同时,各大互联网平台和零售企业则依托资源优势不断向更多生活消费场景延伸,共同满足了消费者“就地过年”带来的各种餐饮新需求。

在各大网络订餐平台,各类快手菜、半成品年菜销售非常火爆。为满足年轻人用餐轻量化、低热量需求,盒马上海推出了“小家庭团圆餐”,预订量占其年夜饭套餐的近六成。美团也联合各地商家推出“年夜饭到家”服务,支持从单人餐、双人餐到10人以内家庭聚餐等多种规格年夜饭外卖。

新需求带来增长点助力行业变革

疫情发生后,以聚集性、接触性为

特点的餐饮消费市场受到很大影响,餐饮业成为受损最严重、复苏最缓慢的行业之一。

“但餐饮本身也是一个具有很强的韧性,能够不断推陈出新适应变化的行业。”袁小然说,一些能够持续推进创新转型的餐企还在扩大规模,以成都为例,春节前一个月南堂、悦百味、大鸭梨等连锁餐企新开门店就超过100家,这种趋势在春节餐饮消费能量持续释放的背景下更加凸显,也为行业发展注入了新动能。

业内人士分析,近年来餐饮和零售两个看似特性完全不同的业态出现了交集,从海底捞自热锅到肯德基推出“KAIFENG-CAI”,再到杨国福自热麻辣烫……餐饮零售化成为最新的商业趋势,而“就地过年”则加速了这种趋势。

业内人士分析,“就地过年”强化了餐饮到家消费场景和需求,倒逼餐企涉足生鲜、预制菜、包装食品等零售领域。尤其是供应链和品牌优势明显的头部企业纷纷借力线上平台,从单一的堂食转变为堂食、零售“两条腿”走路,有望形成餐饮行业新的增长点。

中国饭店协会的报告认为,新冠肺炎疫情虽然对餐饮业冲击巨大,但也催生了新的亮点,餐企外卖、食材零售、成品半成品工业化业务均有不同程度的拓展;社区团购+集中配送、中央厨房+冷链配送、无接触服务等也促使全行业的数字化、智能化水平大幅提升。