



成都“响应停靠公交”到底咋运行？

2月6日正式上线，首批开行11条线路

需要乘坐公交车的上班族也许碰到过这样的场景，赶着去打卡的早晨，明明没人下车也没人上车的站点，公交车还是照停不误。“停车、开门、再起步”，赶时间的人，心更紧了。

“可不可以在这些站点不停靠？”“可不可以在这些站点不停靠？”“可不可以在这些站点不停靠？”……为响应这些需求，2月6日，成都市首批“响应停靠公交”将正式上线，共有11条线路试运行。

乘坐“响应停靠公交”，乘客可以怎么操作？应该注意什么问题？2月1日，记者乘坐210A路响应式公交，现场体验。上午11点左右，青羊区凯德风尚公交站点，记者发现站牌上的210A路的信息和其他线路区别很大。不仅

“210A”用红色标记，旁边还有铃铛图标，站点图上写着“本线路为响应停靠公交，如需下车请按铃示意”。停靠在车站的210A车门上也用文字和图案提醒乘客，“响应停靠公交，如需下车请按铃示意”。

具体怎么操作呢？上车后，记者看到车门处有两个按键，爱心座位处也设置了三个按键。“如果需要在下站下车，乘客按动按键，司机就会收到提醒下一站停靠。”成都公交集团客运管理部副部长谈伟介绍，如果进站前没有乘客按键或示意下车，站内也没有乘客等候，站内没有其他公交车停靠，同时满足这三个条件，公交车在这一站就减速通过，省去“停车、开门、再

起步”的时间。

谈伟提醒，“响应停靠公交”并不是按铃就可以随处停靠，为了交通安全和规范考虑，公交车必须在站点停靠。

“响应停靠公交主要是为了节约乘客时间，提高公交车运行的效率。”210A线路车长林琳对此深有体会，以210A为例，主要服务的是到青羊工业园区的上班族，地铁中坝站、地铁培风站是客流量较大的站点。但是这条线路站点密集，有的小站经常没有人，在早高峰如果站站停靠，整个车程在40分钟左右，如果实行“响应停靠”，应该可以节约十几分钟。

并非所有公交线路都适合实行“响应停靠”。谈伟介绍，他们在筛选

线路时，有三个标准：线路客流出行有明显的“潮汐规律”，即高峰和平峰差异较大；线路各站点间客流差异较大，有的站点人特别多，有的站点人特别少；站点不同时段间客流差异较大。

下一步，成都公交集团将针对“响应停靠公交”做好宣传普及工作，在试运行期间，车辆上会安排志愿者引导讲解。同时，利用成都公交运营调度指挥中心系统，精确统计线路站点的客流数据，分析试运行线路效率的变化，以便后续优化调整。

首批运行“响应停靠公交”的线路是：122路、143路、203路、210A路、210B路、316路、406路、410路、908路、T1路、T1快线。 据“四川在线”

餐馆门口排起长龙 线上平台订单猛增 成都餐饮消费市场红火开局

餐饮业是透视居民消费活力的重要窗口，在成都，餐饮行业正在散发旺盛的活力。“今年春节，餐饮业熟悉的热闹场景又回来了，餐饮人的信心也回来了。”小龙坎火锅相关负责人介绍，今年春节期间，成都区域门店的来客数约为4.6万人，较去年同期增长超六成。“由于春节返乡、旅游等需求叠加，一些热门城市及热门景区门店的生意也显著回暖，甚至二线城市及准一线城市表现有反超一线城市门店趋势。”

红红火火，足以形容这个春节的成都餐饮消费市场。据监测，春节期间，成都20个重点餐饮品牌的30个门店客流量同比增长210%，营业收入同比增长45%—120%。其中，柴门餐饮旗下12家门店的包间订单已排到正月十五；大龙燚、蜀大侠、大妙、小龙坎等火锅店再现超长排队场景，其营业收入大幅回升，吼堂老火锅更是创下单日排队4000单的历史最高水平。

热门餐饮门店一座难求

春节期间，无论是成都本地市民还

是外地游客都感受到了美食的强大号召力，各大餐饮门店再现排队场景。大年初四，吼堂老火锅创造了三年内的排队新高峰，当天其太古里店实时排队1800多桌，全天累计取号4000多桌。1月28日下午3时，锦江区东大街吼堂老火锅店外依旧排着长龙，映入眼帘的仍旧是“火热”的场景。各地食客沿着下东大街，一路排队百米有余。火锅店工作人员在接受记者采访时介绍，从下午3时开始预约取号，预约的是下午4点30分以后的就餐位。记者注意到，短短半小时，就有101桌可供1到4人用餐的小桌预约完毕，另有30桌可供5-10人用餐的大桌也已预约。

同样“大排长龙”的场景也在海底捞成都阳光新店出现。春节期间，餐厅日均持续接待量环比增长了3成左右。夜间消费尤其活跃，多为年轻人聚餐，单桌消费价格也较上月有所上升。在春节假期，中大桌和包间都较为紧俏，其中包间至少需要提前2-3天才能预订到。

统计数据也和这样“火热”的消费表现吻合——大龙燚、蜀大侠、小龙

坎、青龙场温鸭子、悟园、院8里、大蓉和、红杏、老房子、全聚德、孔干饭等重点餐饮企业和轩轩小院、甘食记等城市景区和商超型餐饮企业均已大幅超越同期水平，而四川天府新区、新津、金堂等近郊区域积极开展“大庙会”“灯会”等各种新春活动，拉动附近区域餐饮销售较去年春节增长约30%。

线上餐饮消费大幅增长

线上线下持续融合，成为这个春节餐饮消费的亮点之一。数据显示，春节期间，四川生活服务业线上消费规模排名全国第三，比2019年同期增长102.7%，其中餐饮消费约占30%。成都万象城、大悦城，自贡中华彩灯大世界，乐山烟火嘉州城，绵阳绵阳记忆等重点商圈（景区）餐饮商户占比超五成。春节期间，全省线上餐饮消费规模分别比2019年和2021年同期增长59.8%和329.4%。

如位于天府广场的成都天方楼·邂逅新派川菜清真店就在美团、大众点评等平台节前推出了8-10人堂食特

惠套餐，引导市民游客提前线上下单，春节期间到店就餐。“有了线上流量的推广，相关套餐销量周环比增长了70%。我们今年年夜饭套餐大多是通过平台线上订购，快速恢复的客流和营收也让我们对今年充满了信心。”餐厅相关负责人告诉记者。

除此之外，川味预制菜也正成为大众餐饮的重要选项，东坡肘子、东坡扣肉、粉蒸肉、毛血旺、酸菜鱼等预制菜品销售火爆。例如伊藤洋华堂、盒马鲜生等商超推出的预制菜品备受消费者青睐。成都餐饮呈现火爆态势，是异地游客堂食与本地消费共同实现的。异地游客最喜欢打卡的是川菜馆，四川火锅、重庆火锅也十分受欢迎，搜索量环比增长超一倍以上。

根据美团数据显示，元旦以来，成都餐饮堂食线上订单量月环比增长超40%，其中异地游客堂食线上订单量环比增长超147%，与本地消费一起成为当地餐饮消费回暖的双引擎。武侯区、锦江区、成华区、双流区、青羊区是成都餐饮堂食消费五大热门区域。

据《成都日报》



华西社区报

(CN51-0131)

温度 互动 实用



四川日报报业集团主管主办