

消费视窗·体验新职业①

记者跟随美团“外卖小哥”秦帅一起去送外卖

一声“谢谢”再累也值

本报记者 王珂

近年来,我国居民收入水平不断提高、消费结构加快升级、消费领域新业态、新模式蓬勃兴起,这些要素与新一代信息技术加速发展相结合,催生了一大批新职业。日前,人社部联合国家市场监督管理总局、国家统计局正式向社会发布了“互联网营销师”等9个新职业。

新职业带动新就业,新就业蕴含新机遇。从事新职业是一种什么样的体验?新职业给人们的工作、生活带来了哪些变化?从业者有怎样的感受和期盼?近期本报记者体验了网约配送员、互联网营销师、连锁经营管理师等新职业,感受从业者的职业风采。——编者

不管是三伏天烈日当头,还是三九天刮风下雪,街头总有这么一群人:戴着头盔、穿着工服,骑着装有配送箱的电动车、摩托车,奔忙在取餐、送餐的路上。他们,往往被人们称为“外卖小哥”。今年2月公布的国家职业分类目录中,“外卖小哥”被确定为正式的新职业——“网约配送员”。

随着互联网技术与本地生活服务业的深度融合,外卖、药品、生鲜等即时配送需求迅速增长,网约配送员的就业规模也不断扩大。这个新职业每天的工作状态是怎样的?有哪些辛苦和快乐?他们为什么愿意选择这个在外人眼里颇为辛苦的工作?记者跟随一名网约配送员展开了体验采访。

“能早一分钟,绝不晚一分钟”

在订单高峰期,秦帅很少坐电梯,而是爬楼梯,一口气爬上22楼都不觉得太吃力



200米、1000米比赛,秦帅拿了不少第一名。当了“外卖小哥”,他一口气爬上22楼,都没觉得太吃力。

“能早一分钟,绝不晚一分钟。”送外卖关键是“快”,从业一年多来,秦帅不仅配送的订单多,准时率、好评率也高。前不久,国家公布了新一批职业名单,“外卖小哥”有了标准职业称谓——“网约配送员”,这让秦帅很欣慰,“这是国家对咱这群‘小哥’的正式认可,我要撸起袖子加油干,给更多人‘配送’便利。”

“要想外卖送得快、送得多,除了靠腿,更要用心”

订单高峰期以外的时间自由,每月收入稳定在1万元出头

记者发现,送外卖看似简单,其实有不少学问。如何抢单、抢什么样的单,都有讲究。

一次,接单手机“叮咚”一声,记者刚想帮着抢单,被秦帅一下子拦住了:“你看,这个单要求30分钟送达,而现在是下班高峰,从咱这里出发,路上至少20分钟,其中有两个路口,红绿灯时间特别长。这单抢下来,如果不能按时送达,这活儿就白干了。最好让附近的‘小哥’去抢。”

秦帅说,要想外卖送得快、送得多,除了靠腿,更要用心。

“送外卖有不少窍门,也需要提前做好‘功课’。”秦帅说,在他经常服务的约5公里的配送半径范围内,几乎所有小区的位置、楼号等情况,都已经刻在了他的脑子里。哪个路口的红绿灯等待时间长、哪几栋楼可以抄近道……“看到订单地址的第一时间,送餐路线图就已经在脑子里规划好了。”

“天天这样,你不累吗?”记者问。

“说不累是不可能的,但每次听到客户

在收到外卖后说的一声‘谢谢’,再苦再累也觉得值得!”秦帅说。

2015年,刚满18岁的秦帅,怀揣梦想,订了一张火车票,就从山东聊城老家来到北京,“当时没多想,就凭着北京机会多,来见见世面。”

秦帅先是在一家餐馆打工。从餐厅后厨配菜做起,做到后厨领班、店长助理再到外卖店长,靠着自己的努力,秦帅的工作挺顺利,收入也是一路增长,每个月能领到五六千元。

2018年底,秦帅决定转行做“外卖小哥”。他的朋友有些不解:“好好的店长不做,干吗要去送外卖?”

但秦帅有自己的想法。做店长一天忙到晚;而做网约配送员,忙得很有节奏。在订单高峰期以外的时间,自己可以自由支配,可以看电影、听音乐,还可以看书充电,“这种工作节奏,我觉得收获更大。”

现在,秦帅一个月下来,收入稳定在1万元出头。去年春节前,秦帅和老家的父母商量好,春节假期留在北京继续干,等节后回家探亲。春节期间,秦帅的订单量不少,有一天最多配送了将近100单。“晚上10点多回到宿舍,背一挨床就睡着了。”虽然累,但等到月底发工资,看着1.4万多元的工资条,秦帅“很满足”。

“过几年,想回老家和哥哥一起开超市”

送外卖能接触到物流配送、互联网管理等许多知识,将来自己创业时更有底气

记者在体验时发现,配送订单主要集中在中午和晚上的高峰期,而在其他时间,基本上就是一些零散订单,可以好好喘口气。对“外卖小哥”来说,考虑最多的是职业前景。

虽然收入不错,但秦帅也知道,送外卖

毕竟是个体力活,随着年龄增长,未必能一直轻松地干下去。提早考虑下一步的工作很有必要。

“过几年,想回老家和哥哥一起开超市。”忙碌过后,记者和秦帅终于有时间坐下来,聊起将来的职业规划。

秦帅说,“外卖小哥”其实也有不少发展方向。比如,有的人选择继续坚守外卖行业,虽然不做一线配送员,但可以到配送站点从事管理工作;也有人回到餐厅,从事饭店管理。秦帅的哥哥在江苏南京市工作,两人经常在闲暇时通电话,一起探讨将来的打算。一起回家开超市,是秦帅的提议。

“做了这么多年的餐饮,为什么不开餐厅?”记者有些好奇。

“可能是兴趣原因,也有家庭原因。”秦帅说,自己很小的时候,父亲就在老家乡镇上开了家超市。打小开始,他就跟着父亲一起去给别人送货。现在自己长大了,就想“子承父业”,把超市做得更大。

秦帅说,网约配送员这个新职业能接触到物流配送、互联网管理等许多方面知识,给将来开超市带来不少启发。

“现在各行各业都在拥抱互联网,将来开超市也不例外。”秦帅觉得,即便是在老家开超市,可能也要走线下线上融合的新路子,甚至要开无人超市,才能跟别人不一样,让消费者觉得新鲜,生意会更好。

“拿开超市来说,现在不仅要做好门店经营,还要开展到家服务、送货上门,将来如果自己的超市开通到家服务,凭着自己几年送外卖的经验,能更好地去管理订单、打开销路。”

工作中积累经验,工作之余也在学习。打开手机APP,秦帅很快就找出“在线学习”的页面。在这个页面,有美团大学为网约配送员提供的课程,不仅包括了关于配送的专业技能知识,还有管理等方面的培训课程,都可以免费学习。

“将来要把这些系统地学习一遍,让自己创业时更有底气。”秦帅说。

上图:本报记者王珂(右)正准备和网约配送员秦帅一起送外卖。 人民视觉

市场漫步

做足健康饮食“功课”,将健康的饮食习惯和良好的餐饮文化与公众分享,这样的“吃播”才有意义

近日,有媒体报道,沈阳一名30岁的主播在准备“吃播”时出现身体发麻、头晕目眩等症状,经抢救没能挽回生命。原来,在半年多的“吃播”生涯里,他经常直播大量吃肘子、红烧肉、烧鸡等高热量食物,虽然获得了不少粉丝,但体重也上升到200多斤,健康状况一天天下降,最终导致意外发生,令人叹息。

“吃播”是吃饭直播的简称,即主播坐在网络摄像头前,向网友直播自己享用美食的过程,同时演示菜品的做法,介绍背后的饮食文化。网友看后能够增长见识、学到厨艺,有些主播也会借助“吃播”带货,推广食材,促进相关厂家销售。

然而,有的主播为了获取点击量,将“吃播”带偏了。打开一些短视频平台,能看到一些“大胃王”在镜头前大快朵颐,恨不得将一桌子肉食吞进肚里;还有一些主播,什么贵就吃什么,比如烤全牛、大龙虾等,呈现给大众的是一种暴饮暴食的畸形饮食文化和不健康的消费观。网友看了这些视频后,除了可能获得一时的感官刺激外,并没有什么真正的收获。

不健康的“吃播”害人害己。医学研究显示,长期暴饮暴食、大量摄入油腻食物,容易导致高血压、冠心病、脑梗塞、肝脏疾病,严重的甚至会引起猝死。有些“吃播”一味表演畸形饮食方式,不仅对自己身体造成损害,也给粉丝做出了错误的饮食消费示范,这样的“吃播”就变了味儿。

一些人认为,只要能吃,再加一台智能手机,就能做“吃播”。其实不然,要想让“吃播”有价值,还需要做足健康饮食的“功课”。例如,提前了解各种食物中含有哪些营养成分,怎样科学处理食物,如何做到多种食物的营养搭配,如何摄入适量的食物等。只有掌握了足够的健康饮食知识,才能在视频中为网友呈现健康的饮食方式。那些只求吸引眼球,没有科学内容的“吃播”,很难做得长久。

“吃播”门槛不高,但也不能没有门槛。目前,一些视频平台由于“吃播”素质参差不齐,含有不少暴饮暴食、稀奇古怪的饮食内容。可见,平台在对“吃播”的审核、推介和引导上还存在不足。对于新进的“吃播”,平台应该对其进行一定的培训,鼓励和引导其直播健康饮食和健康直播;对于已有的大肆宣扬暴饮暴食的主播,平台应坚决禁止其开展直播。

“吃播”的目的应该是分享饮食快乐、促进健康消费。希望主播们在直播“吃”前做足“功课”,努力把健康的饮食习惯和良好的餐饮文化与公众分享,这样的“吃播”才能做得久、有意义。

健康饮食才是「吃播」之义

中少铁

市场资讯

商务部举办步行街助力出口转内销活动

本报电 为支持适销对路出口商品转内销,日前商务部与浙江、重庆、陕西三省市合作,分别在杭州湖滨步行街、重庆解放碑步行街、西安大唐不夜城步行街共同主办“外贸优品汇扮靓步行街”出口产品转内销系列活动。系列活动为期三天,充分利用杭州湖滨步行街、重庆解放碑步行街、西安大唐不夜城步行街等“全国示范步行街”在品牌集聚、渠道融合、市场人气等方面优势,打造优质外贸产品展示与销售平台,拓宽适销对路的出口产品内销渠道。近300家优质外贸企业参加系列活动,集中展示千余种外贸优质产品,涵盖家电、家纺、服装、鞋类、特色农产品等日常生活用品。

(罗珊珊)

上海消保委发布网络游戏消费提示

本报电 日前,上海市消保委发布消费提示,要求在网络游戏消费中,家长要履行监护责任,帮助孩子树立正确的消费观念,引导孩子在玩游戏时保持理性。建议家长取消免密设定或仅限于小额支付免密,解绑大额银行卡或严格设定支付密码;开通大额短信验证码支付,确保自己在所有大额支出前收到短信提示;养成定期查看账单的习惯。此外,如今的网络游戏市场,存在一些无版权号的盗版游戏,造成消费者完成充值后再也找不到商家,为此,消费者应通过正规渠道下载或购买正版游戏,不要随意点击下载不明链接中的APP。

(齐志明)

本版责编:齐志明

消费万花筒

“提前在网上办理入住,无需房卡、刷脸开门,屋内还有天猫精灵智能服务,感觉很不错。”近日,去浙江杭州市出差的张芳尝试了阿里未来酒店“非住布渴”,数字化技术的使用节约了办理酒店入住的时间,也带来了一些新鲜体验。

疫情防控期间,数字化转型成为不少住宿企业关注的重点,不仅在客户服务上运用数字化技术提升效率和安全,在企业的管理、运营、办公模式上,数字化技术也正发挥着日益重要的作用。

根据相关测算,数字化转型可使制造业

住宿业数字化转型正提速

本报记者 罗珊珊

企业成本降低17.6%,营收增加22.6%;使物流服务业成本降低34.2%,营收增加33.6%;使零售业成本降低7.8%,营收增加33.3%。

“数字化已经深深地融入各个行业,嵌入住宿业的速度之快和比例之高都超过预期。”中国饭店协会副会长、浙江国大集团有限责任公司酒店管理分公司总裁章乃华表示,住宿业要学会利用数字化体系精准捕捉

不同阶段、不同时期、不同类型顾客的不同需求,从而满足顾客期望。

数字化正助力住宿企业降本增效。雅斯特酒店(深圳)集团公司上线“云质检”系统,对酒店在质量管理方面进行了全面数字化升级,确保可以真实反馈酒店的产品及服务等问题,便于帮助酒店改进完善,更好地服务顾客。中海发展酒店也在全面加快数

字化运营脚步,与蓝豆云管理系统开展合作,在4家酒店引入对客服务、客房、工程管家系统,将传统纸质和电话的管理模式优化为在线管理。

“目前,住宿企业普遍提高了对数字化转型的认识与自觉,这是住宿业数字化由点状试点示范向全面数字化转型的契机。”中国饭店协会副秘书长丁志刚表示,中国饭店协会将引导企业加快创新服务模式,通过在线办公、在线培训、会员转化、社群运营、智能化服务等,升级线上产品,发力线上服务,用科技手段降低人力成本,从根本上提高住宿业抗风险能力。