

# 大伙工作更有干劲 店内生意火爆



生意火爆,林荣花一上班就马不停蹄地忙碌起来。

文/本报记者 杨霞瑜  
图/本报记者 许秋珩  
“货到了,阿花来接货啦!”“阿花,你帮忙看下这张餐卡还有多少余额?”……2月1日早上,中山路黄则和花生汤店内吃早点的顾客络绎不绝,被大家亲切地称为“阿花”的店长林荣花,一上班就马不停蹄地忙碌起来了。  
上午10点左右,阿花趁店里人流量稍小一些,着手统计年糕的库存数量,她一边将一筐筐重达40斤的年糕过磅称重,一边在单据上记录着单价、斤数等信息。看起来力气不大的她,搬抬重物的样子却显得毫不费力,一气呵成。对此,阿花也只回了一句:“习惯了。”  
“人流量激增,可以说是三年来最多的一次。”谈起店里生意恢复的人气,阿花说,以称斤销售的年糕为例,随着顾客的增多,年糕销售也随之提升,高峰时期,每天一百多筐的年糕到店。虽然核对、搬运起来既费体力又费脑力,店员除了觉得累,但更多的是兴奋。  
阿花笑着说,入职二十多年,她从

店员到成为店长也快十年了。前两年游客少,工作相对轻松,今年春节期间看到顾客排队都排到店铺对面了,当然兴奋,毕竟生意火爆也意味着收入会增加。

谈话间,阿花又被同事“召唤”了。中午12点,正值午餐高峰期,餐点区的同事们忙不过来,刚在食品销售区核对完账目的阿花需要到餐点区支援,她上阵“掌勺”,做起了海蛎煎。在餐点区看到不擅长使用手机支付、只会讲闽南话的老人,忙得不可开交的阿花,还是会耐心地用闽南话协助他们用现金点餐。

“我们的工作几乎每天都是一样的,不过与冷清的生意相比,我想大家更喜欢辛苦但有盼头的每一天。”阿花说,看到中山路上人头攒动,市民游客摩肩接踵,餐饮业将迎来一个更加明媚的春天。

## 餐饮业者 林荣花

46岁,黄则和花生汤店(中山路总店)店长

## 新春走基层

本报记者带您走近四位一线从业人员  
用他们的新春故事带您感知城市的发展活力

# 新年很忙 心里很暖

## 餐饮业者 傅秀凤

66岁,傅陈月华沙茶面传承者之一



傅秀凤(右一)和妹妹忙着为顾客制作沙茶面。

# 穿上喜庆红装 迎接开年第一拨顾客

文/本报记者 张玉榕  
图/本报记者 薛尧  
2月1日凌晨4点多,天还没亮,傅秀凤起床洗漱,精心盘发,换上早已准备好的喜庆红装,从家中直奔镇邦路78号的傅陈月华沙茶面(以下简称月华沙茶面)。1985年,傅秀凤的父母傅陈月华夫妇就开始经营这家沙茶面,38年的老味道,积累了口碑和名气,被认定为首批“厦门老字号”。经过几十年的传承,目前这家小店由傅秀凤和妹妹、弟媳等家人共同经营着。  
“马上就要迎接开年第一拨顾客了!”傅秀凤声音里满是喜悦。天色微亮,中山路上大多数店铺尚未开门,月华沙茶面店内却灯火通明。傅秀凤和妹妹以及老员工在店内做营业前的准备。  
傅秀凤说,几位家人已提前来打扫屋子,将积灰的桌子擦亮,将锅碗瓢盆逐一清洗,还准备好较为繁琐的套餐等配菜,从下午2点钟一直忙到晚上10点多。“想到即将开业迎接顾客,我们累并快乐着!”傅秀凤的妹妹分享着开业前的喜悦心情。  
“一份沙茶面,加大肠、鱼丸……”早上6点50分,小店就迎来了第一位顾客,而后生意源源不断。“新年好!(闽南

话)月华沙茶面的“忠实粉丝”李奶奶和家人也来吃早餐了,点完餐后,她和傅秀凤寒暄起来:“看到门口通告写着2月1日营业,刚开业就迫不及待地赶来了!”  
早、中、晚用餐高峰期,店内用餐区围着不少食客,除了街坊邻居,还有不少外地旅客边吃边拍照,店内客流熙熙攘攘,店外也排起了队。莆田来厦门旅游的侯女士带着女儿、儿子也来“打卡”。年仅10岁的女儿李抒可,大口大口吃面,连连点赞:“我喜欢吃沙茶面!鱼丸也好吃!”看着中山路人来人往的繁华景象,侯女士感慨道:“2020年,我曾来厦门,那时候街上旅客很少,现在不一样了,十分热闹!”  
新年第一笔流水顺利入账,新老顾客不断走进店内,三年来压在傅秀凤心中的大石头落地。晚上10点多,她和家人盘点当天营业额,心里乐开了花:“3年来,生意确实受影响,去年门店近乎停摆半年,2023年不一样了,我们店的活力回来了,开年首日营业额基本恢复到疫情前的同期水平!”  
“这一份份订单所带来的,不只是账簿上的数字,更是对店家们的一份份鼓励。”傅秀凤说,新年新气象,希望中山路的游客越来越多,生意越来越兴隆。

(感谢厦门老字号协会对本组报道提供的部分采访支持)

## 旅游业者 邓云蕾

25岁,曾厝垵MisooHi·隐秘之境海景民宿店长



邓云蕾(右)和前台一起查看客房入住情况。

文/本报记者 罗子泓 实习生 孟庆昊  
图/本报记者 董齐  
“今天的布草大概几点能送到?可以分批送,时间提前一些吗……”1月30日上午,曾厝垵“MisooHi·隐秘之境海景民宿”前台,店长邓云蕾正忙着打电话,催促布草配送事宜。  
“布草”是酒店专业用语,泛指酒店里差不多一切跟“布”有关的东西,包含酒店客房床上用品等。所以邓云蕾对“布草”特别上心。大年初一至初十,38间客房全部订满,入住率100%,客流量达到2021年开业以来的最高。“客人多,布草公司人手紧。房间已打扫好,布草却没配送到位的情况时有发生。我们得提前对接。”邓云蕾说。  
邓云蕾负责民宿服务品质把控、客诉处理及工作人员管理等工作,她的手机24小时开机。  
“2021年刚开业时遇到疫情,我们调低客房价格,但入住的客人不多,员工在轮休的基础上有了额外休息时间。”邓云蕾说,她三年没在家过年了,如果淡季再持续下去,她计划春节期间回老家。  
不过,邓云蕾的计划很快被打断。今年1月初到现在,客房订单量持续走高——除夕前5天,春节假期的房源已

基本被订满,订单量同比去年增长375%;春节后,房间预订率也高于八成……“订单来了。”邓云蕾的手机不时传来系统订房提醒。她笑着说,这才是厦门旅游业回暖的直接信号:淡季时,提示音一两个小时才会响一次,如今,每隔十多分钟就会有动静。  
下午1点,民宿迎来退房和入住的高峰。邓云蕾揣着手机,开启一天中最忙碌的时段——抽查客房打扫情况,枕头、床单下是不是有头发丝,镜面、热水壶上有无残留水渍,她要联系工作人员打扫;还得同步关注前台信息,一位新入住的客人反映,房间露台门无法反馈,邓云蕾交代前台安抚客人、帮其暂时保管行李,并联系维修师傅尽快维修。  
傍晚6点,民宿前台渐渐安静下来,邓云蕾舒口气,走到大门口,看曾厝垵街巷中的游客络绎不绝。“清洁工大叔、外卖小哥们骑车穿行在人流中,烟火气总算回来啦,春暖花开了,让人喜上心头。邻居同行们都,只要开门营业,就能赚钱!”邓云蕾说,带着这份对厦门旅游发展的信心和期待,新的一年,他们将梳理调整服务内容和价格,可能扩大员工规模,提升服务质量,为市民游客提供更好的体验。

# 看到游客络绎不绝 她对新年信心满满

## 写在前面

春节过后,厦门延续节日期间的“开门红”,鼓浪屿、中山路、曾厝垵等地处处弥漫着浓浓的“烟火气”。  
本期“人物”特别策划报道,也将镜头对准了这些一线从业人员。本报记者兵分多路,走进民宿、餐饮店、旅行社,蹲点记录人们充实忙碌的新春故事,感受经济回暖、人气回归、信心提振的新气象,触摸城市强劲的经济脉动。



陈春惠正在给孩子们介绍鼓浪屿上的各个景点。

## 旅游业者 陈春惠

32岁,厦门建发国旅集团导游员

文/本报记者 房舒  
图/本报记者 卢剑豪  
2月1日上午8点,陈春惠准时出现在厦门翔鹭国际大酒店的大堂。“这次是个研学团。”陈春惠说,她带团一般都提前1个小时或更早到,做好准备工作。  
“这次的研学团团员是8名小学生,来自山东济南,由两名研学团老师陪同。当天的行程都安排在鼓浪屿。”陈春惠说。上午9点,小团员上了车,有的还凑上来找陈春惠聊天。  
2020年之前,陈春惠主要带境外游的团,中东、东南亚是她最常去的地方。而现在,陈春惠除了带厦门游、省内游的旅行团,还在公司的安排下直播带货。  
“导游直播带货,放在疫情前,是从未想过的。”陈春惠说,从业这些年,她从地接到全陪,再到领队,角色一直在转变,但一直以“导游”这个身份工作,当她坐在直播间里才发现:“变化也并不都是不好的,原来我可以试着跳出‘舒适圈’”。陈春惠说,疫情三年对旅游业冲击是毋庸置疑的,但公司努力突围,让她和同事们感受到,机遇是伴随着挑战而来的。  
在陈春惠看来,大环境不仅推动了从业者一定程度上的转型,也对消

费者们的旅游习惯和选择倾向产生了影响。“很多消费者选择小型团、深度游。”陈春惠说,大家尝试放慢旅行的脚步,体会当地风土人情、美景人文。春节期间陈春惠接了一个来自江苏的12人小团,由3个家庭组成,购买的是“定制游”服务。  
受此启发,陈春惠也在带团时加入了“定制”环节:在带研学团,或有孩子的旅行团时,她会自费送孩子们明信片,带着孩子们到鼓浪屿邮局写上一段话,投入邮筒寄回家乡。“让他们多一点体验感与参与感。”陈春惠这样解释。  
为了迎接春节假期,陈春惠的公司安排漳泉地区的导游员跟家人吃完年夜饭后返厦带团;春节期间在厦带团的省外籍导游员,则安排元宵节错峰返乡探亲。  
陈春惠说,除夕夜她回泉州吃了团圆饭,就匆匆赶回厦门。从除夕到接受采访当天,她已经连续工作11天了,“又回到疫情前的工作状态。”  
“政府对旅游业的鼓励政策也很重要,”陈春惠边说边向记者展示着近期福建省、厦门市旅游景区的相关优惠政策,“这给了我们行业许多机会!”她说,厦门旅游市场一定会越来越好的。

# 吃完除夕团圆饭 赶回厦门投入工作