寻味长三角 阿姨爷叔爱上买菜团

上海交运巴士推出的系列定制班线为何受追捧

本报记者 任天宝

清晨,上海长途客运南站像往常一样,迎来南来北往的旅客。一拨拨人流中,46名银发旅客有点特别,他们手持轻便的折叠小拉车,背着环保袋,彼此熟络地寒暄着。“老张,今朝去南通,准备买点啥?”“听说那边的带鱼刚上岸,便宜得嘞!我还想再买一只散养鸡炖汤。”他们的目的地并非风景名胜,而是近百公里外、一江之隔的江苏南通农贸市场。

这一幕,是上海交运巴士客运(集团)有限公司(以下简称“交运巴士”)推出的“寻味”系列定制班线发车时的场景。今年4月,成功试水“南通买菜团”以来,一系列以“寻游、寻味”为主题的特色休闲旅游线路,如开往浙江西塘的“寻游”线、开往吕四港的“寻味海鲜团”等,皆因极致性价比、纯玩体验和深入原产地的独特魅力风靡申城,尤其受到银发群体热烈追捧。这些全新线路,不仅给传统公路客运业注入活力,更悄然开启了上海银发族的消费和休闲生活模式。

民生调查

■ 绿油油的蔬菜是上海马大嫂的最爱

1 跟车探路 舌尖上的原产地

9月11日,记者跟随一趟当日往返的“南通买菜团”班车,体验了一次奇妙的“美食采购之旅”。早上7时,大巴满载四十多个兴致勃勃的阿姨爷叔,从长途客运南站准点出发。两个多小时后,抵达南通“沪蔬通”农贸市场。

随车的南站工作人员郑琦就像熟门熟路的“导游”,向大家介绍:“这边是卖肉和海鲜的,要买菜的往右拐去马路对面,午饭自理,12时50分我们在大巴车这里集合。”市场上人声鼎沸,琳琅满目的肉禽蛋菜瞬间点燃了阿姨爷叔的采购热情。刚卸货的带鱼、鲳鱼银光闪闪,活蹦乱跳的河鲜在盆里溅起水花,本地蔬菜翠绿欲滴,现场宰杀的禽类、价廉质优的猪肉牛肉……“产地直销”优势凸显。“这里的海鲜比上海便宜起码三分之一,最主要的是新鲜。”家住南站附近的周阿姨是“南通买菜团”的忠实粉丝,她向记者展示了今天的收获,一大袋新鲜芋头、一箱带鱼,还有各种绿叶菜。“老早就听小区里姐妹讲,南通这边的菜市场,东西又便宜又好,就是自己去太麻烦,要转好几趟车。现在好了,交运巴士一趟头直达,不要太方便噢。”

家住普陀区的王阿姨目标明确——农贸市场里的腰果,她告诉记者:“我老公特别喜欢吃腰果,买生腰果回去自己炒,口感比较好。我在上海常去的店买45元/斤,这里只要38元/斤,这次我一下子买了10斤,关键是这腰果的个头也要大不少。”

像王阿姨这样精打细算的消费者不在少数。这条线路的设计,充分考虑了市民采购的需求:大巴通常清晨从上海出发,大约两小时后抵达“沪蔬通”市场,乘客下车花三四个小时采购,随后集合前往紫琅花谷景点,最后返回上海。对时间充裕的退休一族,既满足了实惠便宜买买买的需求,也是一种休闲社交活动。

有人笑言,“南通买菜团”的票价也是“白菜价”。那么,被频频称赞的“白菜价”究竟有多便宜?记者了解到,4月初“南通买菜团”票价仅为9.9元/人,这是一开始为了拉人气、做口碑定的价格,如今客流形成后,价格趋于正常,一天的行程价格为55元/人。与近百元的高铁票和自驾所需的油费、过路费、停车费相比,优势明显。

2 转型探索 白菜价的买菜团

“现在的这个‘寻’系列班线,是我们应对市场变化,被逼出来的一条转型发展的新路。”强生交运巴士安全运营部经理曹博文坦言。

近些年,随着高铁网络飞速扩张,传统长途公路客运业务越来越不景气。“客流连续下滑好几年,在此大背景下,我们必须思考新的生存方式。”曹博文表示,“我们的优势在于对长三角地区风俗风物的深入了解,以及遍布上海的6个客运站点。所以,能不能把‘运输’变成‘服务’,把‘班线’做成‘产品’?”

基于此,一场深入的市场调研开始了。团队发现上海庞大的退休群体,拥有充足的闲暇时间和强烈的出行、社交、采购优质优价农产品的需求,他们普遍对价格敏感,厌恶传统旅游团的强制购物,希望行程轻松、安全、便捷。

于是,“南通买菜团”应运而生。长三角地区物产丰饶,南通的农产品、吕四的海鲜、嘉兴的杨梅,久负盛名。4月,首趟“南通买菜团”初战告捷,交运巴士迅速丰富产品线,形成了如今的“寻”系列定制班线:“寻游”西塘古镇、“寻味”吕四海鲜、杨梅等。“接下来,我们还将推出‘寻根’系列班车,比如说有些祖籍是宁波的上海市民,可能想回祖辈的老家看看,尝尝那里的美味。”

■ 买买买,大功告成,打包战利品准备回家

3 深入探究 接地气的产品线

这些特色线路之所以能迅速建立口碑,与独特的运营模式密不可分。首先,是极致的“纯玩”理念。所有线路绝不安排强制购物点,打消游客最大的顾虑。“我们就是提供交通服务,顺便帮他们规划好时间和目的地。到了地方,他们爱怎么逛就怎么逛,完全自由。”曹博文说。

其次是深度考察、定制产品。“比如‘寻味’线路,去哪里吃饭,买哪家的杨梅,参加哪个农贸市场的活动,都是客运站工作人员经多次‘踩点’发掘的。”郑琦说:“我们要找到真正好吃、好玩、性价比高的地方,这才是产品的核心竞争力。”

第三是与地方政府、基地紧密合作。例如,吕四港的海鲜团与当地的开渔节活动相结合,南通的买菜团与大型农贸市场联动。“这都不是我们单方面能做的,很多是和当地政府或相关协会合作的结果,可以算是多赢。”

第四是灵活多样的产品设计。除了火爆的一日团,还有更深度一些的“两日南通买菜团”:第一天上午出发去苏州的古镇,下午到南通入住酒店,接下来的时间由乘客自由安排,第二天早上再发车去“沪蔬通”采购。

面对主力客群银发族,交运巴士还采用了最“接地气”也最有效的宣传方式——扎根社区。“我们各客运站和属地很多街道都是共建单位。每次有了新线消息,我们都会通过街道居委会向社区居民发布。”曹博文介绍,“国有企业的牌子、进站安检的安全保障、规范的管理,这些都能让乘客更加安心。”

4 问题探源 精细化的新实践

在9月11日的旅程中,郑琦将全车乘客都拉进了群聊,在群里,很多阿姨爷叔主动发问:“下一趟两日游的‘南通买菜团’什么时候开票啊?”也有乘客提出改进建议:“希望可以取消紫琅花谷的行程,大家对这样的公园景点普遍不太感兴趣,最好优化一下。”

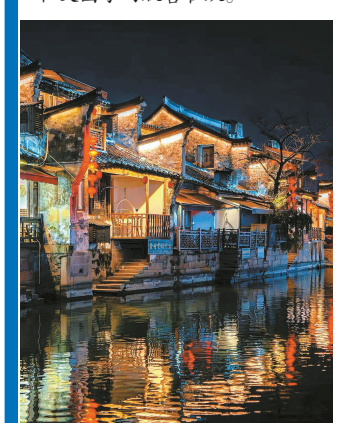
谈及未来,交运巴士的思路非常清晰。“目前,‘寻’系列定制班线仍在不断试水和迭代。”曹博文表示,“我们会收集乘客反馈,看看哪里还能改进。如果市场反响持续向好,我们不排除将一些热门线路固定化,甚至推出周末班车。”

业内人士指出,交运巴士的“寻”系列定制班线超越了简单的交通服务,成为链接上海与周边城市资源、促进区域消费流动、丰富市民生活的重要纽带。每月从上海南站、虹桥枢纽发出的前往苏州、宁波等地的“演唱会直通车”,同样是这一思路下的成功实践。同时,这也是传统服务业在长三角一体化背景下的精彩微观实践。它精准地抓住了部分都市人群的深层需求,通过市场化运作,高效整合交通资源、旅游资源和农产品资源,不仅为企业找到新的增长点,更提升了特定人群的生活品质,促进了区域间经济微循环。

记者手记

交运巴士的一日游线路,没有惊天动地的故事,有的只是对市民日常需求的细致体察和精准满足。它的一张张“白菜价”车票,巧妙地连接起城市的喧嚣与菜市场的烟火气,连接起现代都市的便捷与江南古镇的韵味,也让退休老人的菜篮子更新鲜,生活更丰富。一趟趟往返的巴士,不仅是交通工具,更成为阿姨爷叔享受退休生活的新方式,生动地展现了“长三角人”越来越开阔的生活半径。

交运巴士的“寻”系列巴士,承载的不只是从上海去苏浙采购休闲的阿姨爷叔,更有他们对生活的热爱,和在晚年找到新的社交圈子的欣喜雀跃。



■ 上海交运巴士推出的“寻游”系列——夜游西塘