

汽车厂生产口罩,石化卖菜,在疫情发生的特殊时期,不少企业纷纷依托生产优势和协同能力开启“硬核”跨界

“我有熔喷布,谁有口罩机?”

本报记者 孙喜保

当前,新冠肺炎疫情防控已经到了最吃紧的关键阶段,国内一些企业也在用自己的方式助力“抗疫”,它们之中,有的捐助资金,有的捐助物品,还有越来越多的企业“硬核”跨界生产防疫物品。如何发挥自身潜在优势,通过市场的手段实现社会效益和企业效益的共赢,一些企业的做法引起关注。

340座加油站开始卖菜

2月15日记者从中国石化获悉,其北京石油分公司结合目前防疫局势,开展了一项新的业务:在确保主业油品供应充足的同时,利用加油站网点多、供应渠道快捷的便利,推出了“安心买菜”业务,为首都市民提供新鲜蔬菜,也让人们在疫情时期减少彼此之间的接触。

卖菜渠道容易找到,居民购买方式也不难。顾客只需通过“易捷加油”APP中的“一键加油”下单后即可购买。北京展览路加油站是第一批推出“安心买菜”业务的加油站。一份蔬菜礼包组合大概14斤,可满足三口之家三天左右的需求。“顾客下单后,我们员工根据订单信息,直接将商品配送到顾客的后备箱中。”北京石油展览路加油站站长聂晓东说,全程下来也仅需要两分钟左右,而且做到了“购物不接触”。

据了解,中石化北京石油公司已在340座加油站开通了这项业务,每天的蔬菜销售量约在600箱。

卖油郎不仅开始卖菜,还于近日进入了口罩生产行业。作为国内化工原料主要生产

在新冠肺炎疫情发生后,包括口罩在内的防疫物质严重短缺,一些具备跨界实力的企业积极发挥自身潜在优势和协同能力,快速改造车间,调整激励机制,短时间内实现跨界转产,通过市场的手段实现社会和企业共赢。

商,不久前中国石化官方微博、易派客官方微信发出“我有熔喷布,谁有口罩机”的合作需求,不到3小时,中国石化就确定了11台口罩机的购置事宜。预计到3月份,中国石化的口罩机将使北京每天多产口罩约100万只。

市场“指挥棒”调配资源供需

不管是销售新鲜蔬菜还是生产口罩,中国石化的做法都在一定程度上为当前疫情防控做出了贡献。值得一提的是,特殊时期的企业跨界行为还蕴含着许多市场因素,表面看起来,一些企业的跨界行为有些出人意料,但背后也有其缜密的商业逻辑。

销售新鲜蔬菜,中国石化有自己独特的渠道优势,其旗下拥有约三万家加油站,大部分加油站都有一家易捷便利店从事非油品业务,这是开展生鲜等零售业务的巨大优势。近年来,中国石化的这种非油品业务增长异常迅速,已经成为企业利润不可忽视的增长点,开展生鲜配送只是其业务拓展的新项目之一。

进入口罩生产行业,对于中国石化的产业链来说也并非完全没有关系,作为国内口罩原料的主要生产商,中国石化具有天然的原料优势。在疫情发生的特殊时期这些优势将更加凸显,也更有利于口罩产能的快速实

现。

事实上,市场是一个依靠价值规律自由调节的地方,也可以用于“指挥棒”来调配资源的供需,尤其是在疫情发生的特殊时期,除了紧缺物资实行国家统一调度外,如果能充分发挥市场的资源调配功能,激发市场活力和社会创造力,往往能起到意想不到的效果。

与中国石化一样,当前,越来越多行业的企业都充分利用自身优势,跨界进入口罩、防护服等紧急物资的生产领域。其中,包括比亚迪、五菱汽车等一些汽车制造企业都迅速开启“硬核”转型生产口罩。

其中,2月13日,五菱联合供应商转型生产的第一批口罩已经正式下线,并批量出货,其口罩生产包装盒上那句“人民需要什么,五菱就造什么”的标语一时间刷爆朋友圈。如今,五菱已经获得医疗器械经营许可并通过了专业检验,成为了一家具备口罩研发生产、经营等相关资质的汽车企业。

汽车厂迅速转产口罩

口罩和汽车,虽然看似差得远,却在原材料和制造技术上有着不少重合之处。那么,从汽车到口罩一共需要几步?

据悉,汽车工厂之所以能迅速生产口罩,与其车用材料有关,其高分子吸音隔音材料,

也就是汽车上的吸音棉发挥了很大作用。

吸音棉主要由聚丙烯纤维无纺布组成,属于聚丙烯熔喷无纺布,而N95口罩和医用防护口罩的材质也属于聚丙烯纤维无纺布。再加上汽车生产厂拥有宽敞的场地、熟练的工人,所以只要做足前期的车间改造等准备工作、调整好动员和激励机制,汽车厂迅速转产口罩也并非难事。

据工信部提供的数据,正常情况下,我国口罩产能大约是每天2000万只,其中医用外科口罩产能是220万只,医用N95口罩产能大约是60万只,但在新冠肺炎疫情发生后,我国的口罩严重短缺,再加上春节期间的停产,企业复工压力大,就算口罩企业全力以赴复工复产,短期内多地可能仍然“一罩难求”。在这种背景下,各地相关部门一方面督促、协助各生产企业抓紧复工,另一方面也鼓励支持一些企业进入口罩生产领域。从目前来看,这些措施正在逐渐发挥作用。

有分析认为,这些企业能够迅速开启“硬核”跨界,本身都具备一定的跨界实力和优势,并且拥有一定的协同能力进行转换,加之平常做足了准备,具有一定的底气,因而可以快速响应和转产。

在2月13日召开的国务院联防联控机制新闻发布会上,国家发改委相关负责人表示,自2月2日以来,我国口罩产量逐日提升,目前医用的非N95口罩的产能利用率达到了106%,有10个省份达到或超过了100%。

在政府和市场的共同努力下,防疫物资正加紧生产出来,但这还远远不够。如何发挥企业的优势,让更多有条件的企业愿意跨界,更好为用户提供安全防护,为疫情防控贡献更多的企业力量,这值得探索 and 总结。



科学有序复工复产 政企携手渡难关

机器轰鸣,流水线启动,在抗“疫”阻击战深入展开之际,东北地区一批事关国计民生的“大国重器”企业,正按照相关部署,有序步入生产进行时,这些企业沉着应对疫情影响,积极组织复工复产,为抗“疫”和保持经济平稳运行不懈努力。

图为东北制药集团有限公司工作人员在生产车间工作。

新华社记者 潘昱龙 摄

企事录

海关总署推出十条措施助力外贸企业

事件:海关总署16日出台10条措施,支持外贸企业抓紧复工复产,促进外贸发展,努力把新冠肺炎疫情影响降到最低,相关措施包括:加大支持力度,缓解企业经营困难;支持企业扩大出口,优化出口前监管,提供便捷出证服务,加快出口备案企业审批流程;对企业和个人涉及疫情防控物资的案件,从简从快处理等。

点评:当下的疫情给外贸企业带来不小压力,相关部门已经推出多项政策措施帮助企业减少损失、渡过难关。而在2019年,中国外贸能从整体上保持平稳运行态势,同样离不开各项“稳外贸”政策措施的及时出台和有效落地。

眼下,虽然中国外贸企业正面临开工延期、无法按时交货等困难,但客观来看,海外其他供应商往往很难在短期内快速增加产能,企业可以积极坦诚与客户沟通,等到疫情结束尽快恢复生产,一季度的订单损失也有望得到修复。

有专家认为,外贸企业的当务之急是梳理出可能或确定因疫情无法履约执行的订单,维护好客户关系,并采取相应补救措施。当前述沟通无效时,企业可通过中国贸促会在各地的贸促会机构,获得“疫情事实性证明”,进一步与客户沟通。

北京各民宿平台业务已关停至4月30日

事件:受新冠肺炎疫情影响,爱比迎、小猪、途家等民宿平台日前已暂停北京地区的业务。以爱比迎为例,该公司表示,受新冠肺炎疫情影响,根据有关部门对于疫情防控工作的行业整体的要求和部署,爱比迎暂停了北京地区入住时间在2020年2月7日(含)至2020年4月30日(含)之间的房源预订。与爱比迎类似,目前各大民宿平台在北京地区的业务均已关停到4月30日以后,部分民宿从业者也开始将短租房源转为中长租房源。

点评:在此次疫情爆发前,我国民宿业已维持了很长时间的上升趋势。无论是北京、上海,还是成都、西安,民宿行业交易规模都在上升。此外,乡村民宿也在快速发展。

如今,旅游业暂停,出差人数锐减,加之具体的防疫防控要求,无论是主动还是被动,民宿都只能选择暂停营业。按照往年数据,春节及寒假收入占民宿行业全年收入的15%~30%。考虑到疫情结束后的一段时间内,市场可能面临疲软态势,各大民宿平台损失可能会高达全年收入的50%,这对于民宿主和民宿品牌今年的营收都是不小的考验。

疫情期间方便食品热销

事件:新冠肺炎疫情发生近一个月,不少方便面和自热食品都处于热销甚至缺货状态。在京东和天猫的官方店,目前统一方便面和自热食品产品悉数缺货,而在天猫旗舰店,方便面和自热食品等已经改为预售的方式,发货时间在3月13日之前。据相关客服人员表示,随着包括统一等方便面企业已全面复工开始补货,缺货情况未来将得到缓解。

点评:随着互联网外卖的兴起以及国人健康意识提升,此前几年,我国方便食品消费处于下跌态势。直到2018年以后,国内方便面行业在中高端产品和创新产品的拉动下,重拾增长,但增幅有限。

疫情之下,居民外出减少,米、面、速食食品在短期内销量上升。对业内来说,方便食品当下热销具有另一层积极意义,倘若经过“别无选择只能吃方便食品”的一段时间,消费者若意识到国内方便食品已经实现品质升级,这意味着,即使疫情结束,依然会有不少人群愿意消费方便食品,这对国内方便食品产业将起到提振作用,同时对于企业整年的业绩都会产生良性刺激。

(本报记者 方大丰)

仅两天,陕汽控股火速转产护目镜

本报讯(通讯员牛娜 记者毛浓曦)2月10日,陕西汽车控股集团有限公司一手抓疫情防控,一手抓复工复产,火速转产的护目镜成功装配。

陕汽控股主动承担起防疫物资中护目镜的生产任务,召集技术、工艺、生产等相关部门研究制定方案,分头攻坚模具、注塑等工艺细节,落实生产所需要的原材料,仅两天时间就完成了生产护目镜所需的各项准备工作,成功装配护目镜样品,达到防疫使用要求。当前,该集团日装配产能3000只以上。

在火速支援防疫物资供应的同时,陕汽控股多措并举联动,正确处理疫情防控与复工复产的关系,科学有序复工复产。加强资源保障,全力支持营销一线。做好产销衔接,按照最大限度利用资源的原则,做好市场产品调配。大力调整产品结构,加强渠道客户需求引导能力建设,提前筹划出台X3000、X5000等重点产品区间促销政策。落实落细员工错峰返程,满足复工条件后,保证一线人员及时复工,确保生产经营有序开展。

兖矿集团战疫情保供应献爱心

本报讯(记者丛民 通讯员魏志尚)“山东魏桥创业集团燃‘煤’告急,请求支援。”近日,山东省兖矿集团接到山东省疫情处置工作领导小组(指挥部)应急保障组紧急驰援电话通知。

魏桥创业集团热电厂承担着滨州市100多万人的供暖任务。“疫情就是命令,保供就是责任,民生就是底线。”兖矿连夜成立魏桥煤炭保供供应工作组,将任务分解到各单位,落实责任到人,集团上下迅速行动了起来。

当天,200多辆满载着3000余吨燃料煤车辆从兖矿驶向魏桥创业集团,该集团燃“煤”之急得到缓解。随后兖矿将以每天13000吨的煤炭供应量持续发运滨州,确保滨州市主城区及多个县区的城市供暖供电和防疫物资的生产。

一方有难,八方支援。2月7日,兖矿集团向山东省慈善总会捐款1000万元,定向用于支援当前的疫情防控防治工作。同时,兖矿党员干部职工自发捐款捐物也在进行中。截至目前,已经收到的员工捐款上百万元,酒精、消毒液、测温仪、口罩等一大批疫情救急物资。

“兖矿集团作为国有重点企业,是国家栋梁、国之长子,关键时刻必须迎难而上、担当作为,既要保证安全生产,确保能源供应,又要保证每一位职工生命健康,确保疫情防控不出任何纰漏,做到两手抓、两手硬、两不误。”兖矿集团党委书记、董事长李希勇说。

阅 读 提 示

以往大部分有过网购经验的消费者还没有养成线上购买生鲜食材的习惯。在疫情发生的特殊时期,人们线上购买生鲜食材的习惯会被培养起来,多年沉淀的生鲜电商或许将迎来新风口。

本报记者 吴锋思

朴朴是福州本土一家主打送货到家的电商平台,成立于2016年6月。最近几天,不少市民反映,包括朴朴、永辉生活在内的生鲜电商平台,经常出现蔬菜等民生商品“秒光”现象。

“我们家早已习惯用‘朴朴’,但近期发现上面一些菜不好买了,产品时常处于‘补货中’状态,价格也比以往贵了一些。”家住福州仓山区的市民徐明琳说。

记者了解到,自2016年成立后,朴朴在

福州快速发展,其采取的是“前置仓+纯线上运营”路线,服务范围覆盖周边1.5公里的居民,用户通过朴朴超市APP和小程序下单,1元起送,满19元免3元配送费,平均送达用时24分钟。因为方便快捷,短短几年时间,朴朴在福州就获得了可观的覆盖率。

实际上,在全国许多城市,“线上买菜”早已不是新鲜事。特别是近期,受新冠肺炎疫情影响,市民习惯的“出门买菜”被“等菜上门”取代,各大生鲜电商平台线上订单量激增,用户调闹钟“抢菜”的甚至成为常态,一直是“菜篮子”线下消费主力军的中老年人,此时也开始了线上买菜。朴朴超市的合伙人坦言,近期订单配送业务量激增。

“一直以来竞争都很激烈,不少企业都在‘烧钱’,这次疫情给生鲜电商一个调整的机会。”业内人士认为。机构预测,到2022年,我国生鲜电商市场的交易规模有望突破7000亿元,但如果不是这次疫情,业界对于生鲜电商依然看衰。刚刚过去的2019年,呆萝卜资金链断裂、妙生活关店清算、吉及鲜关仓裁员,生鲜电商狼藉一片……

朴朴相关门店负责人也表示,生鲜电商

产业链很长,包括选品、物流、损耗和营销等环节,都会直接导致产品的损耗大,利润降低。

2月3日,盒马与云海肴共同宣布达成人员用工合作,超400位云海肴员工陆续到盒马上班,并由盒马支付相应劳务报酬,这一颇具创意的“共享员工”合作一发布就引发行业追捧,这也从侧面反映出该行业面临的用工窘境。

举例来看,朴朴现有员工2000多人,其配送员底薪+抽成最高月收入可达万元以上,高级算法工程师的月薪则可达2万至3万元。粗略计算,朴朴每月的工资支出至少就要1000万元,因此,如何确保企业资金链的良性循环,是企业面临的头等大事。

事实上,生鲜电商本质上仍是供应链竞争,最终会体现在菜品的新鲜程度、售价以及品质保证上。新华都执行总裁上官常川表示,生鲜电商要经营得好,一方面在供应链,另一方面在现场运营。卖生鲜是一个动态的过程,生鲜要在最新鲜的时刻卖掉,才能产生最大的价值,此外还跟门店现场的经营能力、应变能力有关系。