

为企业接员工,车行华东、西南、西北、华北、华中、东北和华南的众多市县

穿行17省,复工大巴创下里程纪录

阅读提示

疫情期间,为解决复工人员的交通问题,青岛交运集团年后第一时间开通外来务工人员“返岗直通车”。2月9日至3月4日,已累计为青岛60余家企业事业单位发送近500车次,接回员工超过1万人次,遍布全国17个省份。其中最远的一趟,从青岛到大理往返七天六夜,行程6500多公里。

都是方便面咸菜,如今看见方便面就有些恶心。抵青后,王其山最想吃馒头、米饭。因往返途经区域较多,王其山等人需先集中隔离观察后,才能回家。

“近一个月以来,我们优秀的驾驶员将交运‘情满旅途’大巴车从山东开到了国内17个省份,遍布70多个地级市、200多个县级市。下一步,我们还可能开到新疆。”交运集团旅游客运部部长魏成告诉记者。

首发最大规模的返岗直通车

2月9日,根据海信集团复工需求,交运集团紧急调配60部大客车,开通了首批外来务工人员“返岗直通车”,开通了覆盖济南、聊城、淄博、菏泽、烟台等市的50余条线路,运送海信集团2000余名员工返回位于青岛西海岸新区和平度市的园区复工复产。这是新冠肺炎疫情发生后,国内第一个发出的、最大规模的返岗复工直通车。

据了解,海信集团在青岛西海岸新区、平度等多个区市都有产业园,产能频频告急。“交运集团充分调动运力,给予了我们返工交通保障方面的最大支持。”海信集团相关负责人告诉记者,交运集团专门为海信开通的返岗直通车

已有22批,近的是山东省内各地市,远的到达吉林和黑龙江等地,累计发出157车次,运送近4000名海信员工返回青岛。

2月16日凌晨1点左右,4辆载有河南籍海信员工的“返岗直通车”陆续返回海信集团平度南村工业园。这批车辆于2月14日清晨发出,前往河南省三门峡市卢氏县接驳海信员工。2月15日接到乘客后开始返程,恰逢山东境内普降大雪,气温也降至0摄氏度以下。

“夜间行车加上路面结冰,这对驾驶员是极大的考验,我们必须在保证安全的前提下,争取凌晨2点前赶回去,否则根据凌晨2点到5点大客车禁行的规定,我们就会被困在高速公路上了。”驾驶员张明清说。“一路上,除了换班,4辆车就没怎么停过,连续开了16个小时,有的驾驶员就只吃了一桶泡面,喝了点热水。”

凌晨1时15分,8名驾驶员克服道路结冰、路途遥远、时间紧张等困难,全部顺利抵达工业园,圆满完成了运输任务。8名驾驶员返回平度市区已近凌晨3点。

从家门到厂门一站直达

2月9日,交运集团为海信集团发出首批一站式返岗直通车的当天,山东省交通运输厅

专门发文,对交运集团先行先试抗击疫情、为复工企业提供交通保障的做法进行了肯定,认为交运集团的举措“充分体现了国有交通企业的责任担当,为破解疫情防控期间外来务工人员返程难题提供了有益的借鉴”。

2月14日、17日,交运“返岗直通车”两度穿过太行山脉,开进山西临汾,往返2000公里为青岛民营企业——益和兴食品有限公司接回两批务工人员。

“不同于大型央企、国企,民营企业相对来说规模小、人员少,尽快复工是他们保生存、求发展的迫切需求。我们也会尽全力调动运力,为有需求的民企提供门到门一站式返岗服务。”魏成说。

青岛精典机械制造有限公司是一家港资企业,受疫情影响,出口铸件订单的工期临近,急需从河南、河北以及鲁西南地区召回50名春节返乡的技术工人复工,但身为香港人的老板对内地疫情防控的政策和相关规定不太了解,怎样让员工平安返回成了他的“心病”。在看到交运集团开通“返岗直通车”的报道后,2月20日,该企业联系交运青岛汽车北站寻求帮助,双方迅速达成合作,办理手续,于次日发出3班“返岗直通车”,顺利完成接驳任务。“没想到交运集团效率这么高,服务这么好,这可解决了我们的一大难题。”该企业负责人表示。

据了解,交运集团根据疫情形势和工作实际,创立疫情防控工作法,全面做好疫情预防预控体系建设。对返岗复工车辆,客座率严格控制在50%以下,乘客隔位、分散就坐;要求乘客佩戴口罩乘车,进行体温检测和实名信息登记,确保源头可溯;对车辆进行全面消毒、通风和卫生清洁,做好车辆的安全防控……严密的措施有力地保护了司乘人员的安全。

本报记者 刘静

新冠肺炎疫情迫使全民宅在家,“宅经济”迅速走红。除了口罩、消毒液、洗手液等抗疫用品热销外,由于在家办公、在线教育、云娱乐的兴起,也让一系列以往与“爆款”无缘的商品“疫”外走红。

前不久,电商平台拼多多发布“宅家十大热销商品”榜单,教辅教材、理发器、瑜伽垫、打蛋机、吃鸡神器等十件商品上榜。

2月3日,各地中小学生陆续在网上开课,超2亿学生集体上线。学生们忙着上网课,家长们除了抢菜、抢口罩,还需要抢打印机。

苏宁易购数据显示,自春节开始,打印机销量增长迅猛,同比增幅已超200%。受到影响的不光是学生,很多上班族也开启了远程办公模式,家庭办公用打印机销量同比增幅也超过100%。

与此同时,购物平台上其它学习用品,如护眼台灯、看书架、U盘、平板电脑、耳机等商品的订单数也保持高速增长,平均同比涨幅超过140%。

在家里,理发也被大家提上日程,民间把“二月二”称作“剃头日”,可至今大部分理发店还没有开始营业。于是,不少消费者决定自己动手——购物平台上“理发器”的订单量较去年同期均有大幅提升。

拼多多上,理发器搜索次数同比增长410%,包括飞科、奥克斯、志高等品牌的数十款理发器销量同比上涨290%。

宅家战“疫”的日子里,不少人开启了厨艺成之路。据天猫国际数据,春节期间至今,进口厨房电器、有机蛋糕粉、健康核桃油等产品的消费需求明显增长。其中,和面机销售同比增长400%,面条机同比增长280%。

与此同时,打蛋器也登上厨具类畅销榜。有平台数据显示,打蛋器销售量同比增长260%,搜索次数同比增长310%。

疫情之下,方便面“疫”外走红,相关食品股受到资金追捧,日清食品、康师傅、统一等的股价涨幅靠前。春节期间,京东平台仅方便面这一品类就售出了1500万包。

数据显示,2000年到2013年,国内方便面市场曾经历了“黄金十年”。但是,在此之后,国内方便面市场开始走下坡路。2017年后,方便面市场稍有回暖,但距离2013年的峰值仍有较大距离。如今,突如其来疫情,让方便面再次火爆。

此外,挂面、榨菜、速冻水饺、自煮火锅等食品也格外受欢迎。据淘宝数据,近期,平台上排名前五的热销食品中,螺蛳粉、自煮火锅排名第一、第二,速冻水饺排名第五。

有券商指出,在家庭消费需求增长、消费便捷性要求提升的背景下,复合调味品及速冻食品处于发展红利期。而受疫情影响,消费者居家,短期增加了对耐储及方便食品的需求,加速培养了复合调味品和速冻食品的消费习惯,有利于行业成长。

疫情还在一定程度上引发了人们对健康的重视。拼多多数据显示,春节期间,瑜伽垫等瑜伽装备订单量显著增长,是去年的3.5倍。脚蹬拉力器、臂力棒、握力器等中小型健身器材销量比去年多了一倍,大型健身器材销量也迎来上涨。

手机游戏则成为年轻人的主要消遣。拼多多上数款游戏辅助设备销量累积突破10万。

这些过往与“爆款”无缘的商品,疫情期间意外畅销。对此,有消费研究者认为,这些商品的意外畅销,其实是当前及未来新消费势能即将释放的信号,预计疫情过后,中国消费市场还会迎来更大的反弹。

机器人企业在疫情中发现商机

本报讯(记者钱培坚)复工不满两周,注册在天地软件园的上海提格机器人科技有限公司对外发布一则声明,表示企业愿意无偿为医院、酒店、学校、园区、政府等单位提供智能机器人,用于防疫宣传。

该公司CEO杨超透露,除了将现有机器人改装成“防疫宣传员”,他们还将目光投向了疫情之后的一些新需求。“我们前期做‘智慧课堂’所对接的一些学校和幼儿机构都来电询问,有没有兼顾消毒功能的机器人,我觉得这个需求点可能在以后会是一个很大的市场。”他说,这场疫情会让社会发生很多改变,从中把握商机尤为重要。

为此,提格与一些知名高校合作,启动基于纳米薄膜光催化自由基新材料的智能消毒机器人装置研发,并将自主测温、移动、纳米薄膜光催化消毒多功能集成于一台机器人上。这样的多功能机器人后期可广泛应用于医院、学校、园区、企业等人群密集易感染区域。

“我们现在所获取的市场信息都是基于疫情期间的,其实疫情之后是个更广阔的天地。”杨超表示,“只有‘变’才能抓住‘机’,不只要敢想还要敢做。”

机器人行业供需对接服务平台上线

本报讯(记者蒋菡)杭州某物流公司求购物流仓储机器人,东莞某电子科技公司求购特种机器人,北京某公司求购酒店服务机器人……近日上线的“机器人行业供需对接服务平台”上,数家企业在线上“需求大厅”发布了需求信息。

由世界机器人大会组委会秘书处推出的这个平台,不仅可以让机器人行业供需对接更加便捷,同时也为疫情背景下机器人相关行业的复工复产提供了强有力的支持。

该平台分为供应平台和需求平台两个部分。在产品展示区,按照工业机器人、服务机器人、特种机器人、物流机器人、机器人关键零部件等分类进行产品展示。在“需求大厅”,平台对机器人需求信息进行了梳理,包括需求类型、项目需求、采购需求、需求地区、预算金额等。相关专家认为,机器人行业是一个新兴行业,一个专业、可靠的对接平台可以更好地满足供需双方的需求。

本报记者 杨明清
本报通讯员 邢路

往返七天六夜,行程6500多公里,3月2日上午,青岛交运集团发出的复工返岗直通车,将65名来自云南大理的务工人员送至中建二局位于西海岸新区的一在建工地。

这是今年岛城发出的最远的复工返岗直通车,同时也创造了青岛市营运大巴单趟行驶里程纪录。

据了解,青岛交运集团年后第一时间开通外来务工人员“返岗直通车”,2月9日至3月4日,已累计为青岛60余家企业事业单位发送近500车次,接回员工超过1万人次,遍布全国17个省份。

从青岛跑到云南大理

青岛中建二局核电分公司项目经理夏小超告诉记者,他们承接的项目有工人1300多人,回来400多人。为此,他们找到了交运集团,希望能帮忙解决一些路途较远的员工的返岗交通问题。直通车于2月25日从青岛出发,目的地是云南大理白族自治州巍山县。

驾驶班班长王其山告诉记者,既要保证行车安全,又要确保准时到达目的地,他和替班驾驶员轮番上阵,歇人不歇车。入滇后路况不好,“长坡、弯道多,稍有不慎就会出现危险,而且在高度紧张情况下更容易疲惫,所以必须打起十二分精神。”

七天六夜的行程中,王其山和替班驾驶员吃住全在车上。由于沿途高速服务区均未开放,王其山告诉记者,一个星期中,一日三餐全

这家公司2月外贸收入增长近三成

本报讯(记者柳姗姗 彭冰 通讯员陈凤海)2月28日,记者从兵器工业集团东北工业集团吉林大华机械制造有限公司获悉,当月,该公司出口汽车零部件产品实现销售收入2525.3万元,比去年同期增长29.22%。

大华公司是一家汽车零部件制造企业,生产的飞轮和齿圈总成产品先后进入德、美、日、韩、法五大车系。春节前,该公司已预测到疫情可能会给生产带来影响,遂提前购买原材料,做好充足准备。

按照惯例,国外客户都是提前一周下达订单,所以,1月25日大年初一那天,大华公司就开始陆续接到国外客户发来的订单。如果不能按时交付产品,不仅企业信誉会受到影响,还有可能丢掉来之不易的市场。

为满足国外客户订单需求,该公司积极与地方政府沟通,得到了个别生产线提前开工许可。从1月31日开始,在做好疫情防控前提下,公司安排部分员工进厂加工产品。

2月10日,该公司全面复工复产。为进一步满足国内外客户需求,公司开始对生产计划采取“一天一评审”工作机制,同时将月计划改为周计划和日调整计划,按照客户需求紧急程度进行排产。此外,为保证生产进度,公司上下争分夺秒抢时间,员工实行日夜两班倒,并严控质量。

因公司信誉高、产品质量好,今年以来,大众、通用、水星、戴姆勒等国外客户都不同程度地增加了产品订单量。目前,其国外客户已达18家。



3月11日,一列编组时速350公里的“复兴号”动车组在位于青岛城阳区的中车四方股份公司正式下线。这是复工复产以来该公司完成制造的首批“复兴号”动车组。一列“复兴号”有362道工序、50多万个零部件,中车四方克服疫情期间的人员配备、配件供应、交通物流等一系列难题,确保“复兴号”如期出厂交付。

张进刚 摄

复产后首批“复兴号”动车组下线

消费行为的变化,或将带来企业的变化

疫情倒逼乳业提升应变能力

生产线工作不停、车门上贴了封条的货运车辆络绎不绝。

在该公司常温奶车间里,工人正忙着将生产出的牛奶装箱。面对疫情,公司在原有食品安全管理的基础上,加强环境消毒及各环节的检测,确保奶制品从牧场到舌尖上的安全。

“自2月10日以来,我们吃住都在厂区,每天在生产线上工作10个小时以上。虽然很辛苦,但想到能为消费者提供优质奶制品,也算是为战‘疫’出了一分力。”该公司包装车间工人姚玉红说。

记者了解到,目前,天润乳业本部及下属各子公司共有1400余人在岗,保障原料供应充足,保障乳制品生产不停,乳制品日产量达300余吨。

新疆正有序推进涉牧企业复工复产,截至目前,全区31家规模以上乳品企业已复工复产。

转型突围

“今天我家奶牛产的170公斤牛奶全都卖出去了,悬着的这颗心终于可以放下了。”

疫情发生后,在政府各方的协调下,乌鲁木齐

经济技术开发区两河片区村民巴扎尔别克·赛力克的牛奶终于有了销路。

两河片区下辖五个村的农牧民主要靠畜牧养殖业获得家庭收入,目前所辖各村每日有近3吨的产奶量,疫情发生前大部分奶源均销售给市区饭店、超市、小商店等经营场所,受疫情影响,难以运出、售卖,很多牛奶只能浪费。

乳业整个产业都受到疫情的影响,销售下滑只是一方面,因运输渠道受限导致饲料供应不上,奶牛养殖业同样受到了不小的冲击。

由于传统的销售门店营业时间变短或者关门,对牛奶需求量下降,导致生产企业不得不把销售不掉的存奶做成奶粉;另一方面,一些乳品加工企业尚未复工或推迟复工。还有乳品加工企业虽然一直在加工生产,但是降低了对原奶的收购价,导致养殖场效益受到明显的影响。

面对困境,乳业企业纷纷自救。新疆瑞源乳业有限公司临时转型,开足马力生产生活必需品。生产车间里,巨大的玻璃墙后是一条半自动化生产线,经过和面、压片、切割、成型、蒸制等环节,一盘盘牛奶馒头制作完成。据了解,这是一套食品生产线,以前

用来加工面包、糕等精装食品。从2月12日开始,公司临时决定用这套设备生产牛奶馒头,配送到市区各个居民小区。现在每天的产量达15000个,每包装4个,售价2.5元,很受欢迎。

西域春乳业乳品上市量占新疆乳品市场份额的45%,其中酸奶销量占新疆酸奶市场份额的65%。疫情发生后,西域春乳业调整了产品生产结构,主要以常温奶为主。常温奶车间开了6条生产线,三条生产利乐枕,三条生产新鲜枕。目前公司每天向养殖场收购牛奶300吨左右,和疫情前没有太大变化。

“原来买低温奶主要在超市等实体店,这次疫情出不了门,我们改为线上下单,发现更为方便。”福州市民陈军说,“希望今后乳业企业也能向生鲜电商学习,建立自己的电商平台。”

据了解,较之其他商品,乳业企业的终端虽有些变化,但主要在商超和传统渠道。记者了解到,不少大型乳品企业已经积极布局新零售。业内人士认为,线上销售猛增是一个非常明显的趋势,下一步很多企业可能会调整销售方式,以新零售为主,做好企业资源的线上转移,发展线上渠道。

新冠肺炎疫情迫使全民宅在家,“宅经济”迅速走红。除了口罩、消毒液、洗手液等抗疫用品热销外,由于在家办公、在线教育、云娱乐的兴起,也让一系列以往与“爆款”无缘的商品“疫”外走红。

前不久,电商平台拼多多发布“宅家十大热销商品”榜单,教辅教材、理发器、瑜伽垫、打蛋机、吃鸡神器等十件商品上榜。

2月3日,各地中小学生陆续在网上开课,超2亿学生集体上线。学生们忙着上网课,家长们除了抢菜、抢口罩,还需要抢打印机。

苏宁易购数据显示,自春节开始,打印机销量增长迅猛,同比增幅已超200%。受到影响的不光是学生,很多上班族也开启了远程办公模式,家庭办公用打印机销量同比增幅也超过100%。

与此同时,购物平台上其它学习用品,如护眼台灯、看书架、U盘、平板电脑、耳机等商品的订单数也保持高速增长,平均同比涨幅超过140%。

在家里,理发也被大家提上日程,民间把“二月二”称作“剃头日”,可至今大部分理发店还没有开始营业。于是,不少消费者决定自己动手——购物平台上“理发器”的订单量较去年同期均有大幅提升。

拼多多上,理发器搜索次数同比增长410%,包括飞科、奥克斯、志高等品牌的数十款理发器销量同比上涨290%。

宅家战“疫”的日子里,不少人开启了厨艺成之路。据天猫国际数据,春节期间至今,进口厨房电器、有机蛋糕粉、健康核桃油等产品的消费需求明显增长。其中,和面机销售同比增长400%,面条机同比增长280%。

与此同时,打蛋器也登上厨具类畅销榜。有平台数据显示,打蛋器销售量同比增长260%,搜索次数同比增长310%。

疫情之下,方便面“疫”外走红,相关食品股受到资金追捧,日清食品、康师傅、统一等的股价涨幅靠前。春节期间,