

面对新冠肺炎疫情带来的严峻考验,有的企业悄然转身,有的企业抱团取暖,还有的企业转向线上

抱团、转产、转型,总有一条路能突围

阅读提示

新冠肺炎疫情令全球产业链经受严峻考验,未来的中长期需求变得难以预测。与产业链相关方携手合作、积极应对,重新审视市场、调整布局,才是企业的生存之道。

厂房等资源的闲置,降低风险。

龚勇介绍,东莞一家合作关系稳定的供应商有员工上千人,受疫情影响,订单不足。公司对他们进行培训,较成熟且难度低的机型组装下放给该供应商做,如今已能大批量承接模组供应单了。

“供应商生存下来了,后期遇上订单高峰期,我们还能利用他们的产能完成。”龚勇说。

转产成功,从不裁员到扩招

在深圳北极之光科技有限公司生产车间,几个月来,机器运转从未停歇,生产一片繁忙。

这家专注于汽车零配件生产的外贸企业,加入防疫物资生产队伍,不仅实现了自救,还向武汉、深圳的医院伸出援手,并向15个国家捐赠医疗物资。

记者了解到,该公司的产品95%出口海外市场。春节期间,总经理谢青波担心疫情全球蔓延后海外订单急剧下滑,决定“转型自救”,加入生产防疫物资队伍。

谢青波告诉记者,2月17日,公司正式复工。当时,海外客户催得急,而复工赶订单,却没有工人。“不少地方封村封路,工人出不来,只能想办法招人。”

“订单赶完后,货却交不出去了。”谢青波说,国外疫情暴发后,货物无法通过国际物流

运出去,有些客户还取消了订单。出不去的货,公司只能新租了一层楼存放。

在赶订单期间,该公司还布局防疫物资生产线,租厂房、购置设备、做无尘车间……“如今,公司护目镜产能达到6万/天、口罩15万/天,还接到了不少海外订单,不仅150名工人保住了饭碗,还新招了80多人。”回想起这段经历,谢青波感慨,“真可谓经历了九九八十一难啊!”

值得一提的是,该公司结合原有生产技术,根据防护设备特点进行了技术研发升级。针对护目镜、防护服、口罩等防护用品使用时容易出现憋闷的情况,他们利用UV激光束杀灭病毒,输送洁净空气到眼罩、防护服、口罩内,提升了防护用品舒适度。目前,该公司产品已申请了专利,还接到来自意大利、法国等多国订单。

积极应对,持续投入数字化革新

随着新冠肺炎疫情相继在不同国家和地区暴发,全球产业链上的各个环节也先后经历了严峻考验。“这场疫情使我们的行业正遭受着前所未有的冲击。”跨国贸易集团冯氏集团相关负责人表示。

据介绍,1月至2月,中国处于疫情高发期,很多生产活动被迫暂停。如何确保海外订单按时交付是外贸企业必须扛住的压力。然而,当国内疫情缓和,企业得以复工之时,

疫情相继在美国、欧洲、印度等地区暴发。在疫情肆虐的海外市场,商铺被迫停业,厂房也陆续关闭。

“供应链上的各方正在积极应对这场危机。”据冯氏集团相关负责人介绍,他们一直在努力和客户、供应商沟通,寻求解决方案。例如,说服客户转移订单而不是取消订单、支付部分成品的费用、保留物料以备明年之用等,以缓解双方正在遭受的压力。

同时,该企业正积极与各地政府部门和行业协会沟通,为供应链上的中小企业发声。

记者了解到,为让供应链更具韧性,冯氏集团致力于开发智慧供应链平台。目前已成功将前沿的3D打印技术应用在服装供应链中,产品设计开发通过动态平台实现数字化打样后,不仅可以节约原材料,而且从设计、挑选面料到打样的周期被大大缩短,与此同时修改样品的周期也缩短了。

“通过端到端解决方案,还可以帮助客户节省库存,实现精准销售。我们将持续投入数字化革新,进一步巩固数字化产品和平台在供应链领域应用的领导地位。”冯氏集团相关负责人如是说。

疫情冲击之下,跨国产业链或面临重构压力。“面对抗疫大考验,我们在过去几个月中真切体会到了中国速度和中国力量。”据介绍,在冯氏集团内部,已明确将为在中国的采购业务建立一个全新的营运架构。

冯氏集团有关负责人表示,目前全球供应链布局正在变迁,一方面,低附加值的下游生产将逐渐从中国转向其他成本相对更低的国家和地区;另一方面,随着中国的消费市场越来越庞大,高附加值的上游生产也会在中国越来越多。“虽然全球采购和供应链因疫情加剧了不确定性,但全球供应链转移的大趋势不可逆。”

本报记者 毛浓曦

4月的秦岭深处,草木葳蕤,阳光明媚。

秦岭南麓的陕西省柞水县小岭镇金米村,青山环伺,碧水绕田。村前依河而建的水泥路上间布长廊亭台,村中间整齐地排列一座座智能木耳大棚,青山下田地边一栋栋的白色小楼煞是耀眼……这个昔日的贫困村已经摘帽脱贫,迈上了致富奔小康的大道。

谈起这一变化,金米村党支部书记江百川发自内心地说:“这还得感谢中国中铁一局,是他们的真心帮扶、精准施策,才让我们把‘小木耳’变成了‘大产业’!”

2018年6月5日,中国中铁党委书记、董事长张宗言与时任陕西省委副书记贺荣召开座谈会,共同确定中国中铁一局在商洛的扶贫工作方向,扶贫重心由商洛全市调整到柞水县,小木耳的产业化成为精准扶贫的着力点,该公司集中力量在生产、包装、销售三个方面帮扶。

金米村智能大棚2019年建成后,带动全村130户贫困户参与木耳产业发展,户均增收4600元。如今,金米村户户有产业、人人有活干,贫困户通过劳动换回“真金白银”,小木耳成为脱贫致富的“金耳朵”。

授人以鱼不如授人以渔。为了使山区群众持续稳定增收,作为陕西省国资委脱贫攻坚第九合力团副团长单位,中国中铁一局自2017年以来,除帮扶金米村建成智能木耳大棚外,还帮扶柞水县建设了社区扶贫工厂、木耳展览馆,形成了木耳“生产、包装、销售”的产业链。

“我们就住在移民小区里,下楼就进厂,每天上8小时班,每小时可以挣10块钱。”正在柞水县石镇社区工厂分拣设备上忙碌的女工告诉记者。

这个由中国中铁一局援建的社区扶贫工厂占地1459平方米,包括双层彩钢结构木耳分拣包装车间、配套办公展厅等设施,为柞水全县的木耳提供分拣加工包装,还可满足全县香菇、核桃、板栗等农特产品包装的需求,提升了农特产品的品牌效应和市场竞争力。

4月以来,春暖花开,每逢周末,从周边县市来金米村的游人络绎不绝,私家车停满了村头的停车场和空地。村子中间,4栋智能木耳大棚外,游人笑语盈盈;大棚内,村民干劲倍增,采摘木耳不亦乐乎。而在充满现代建筑气息的钢构玻璃大棚内的电商直播平台前,订单像雪花一样从各地飘来。

“柞水木耳现在可谓家喻户晓,之前电商平台上平均每天只有一二百单,现在一天就能接到8万多单。我们和两家快递公司的几十名工作人员已经三天两夜忙着发货没有睡觉了。”一位负责销售的工作人员虽然疲惫,但是难掩喜悦之情。

在全村脱贫摘帽后,金米村正在着力发展旅游业。中国中铁一局扶贫工作领导小组副组长、公司工会主席王力告诉《工人日报》记者,在帮助开发乡村旅游方面,他们早与商洛市旅游局合作,利用企业旅游饭店的优势,加强商洛旅游产品推介,帮助推销商洛各县区特色农产品,近三年来仅购买农特产品近200万元;同时,还瞄准美丽乡村建设,实施山水田路综合治理,发展生态农业,带动金米村及周边1000余户群众增收致富。

“脱贫摘帽不是终点,而是新生活、新奋斗的起点。”中铁一局党委书记、董事长马海民说,下一步要做好定点扶贫工作和乡村振兴这篇大文章,致力推动金米村产业、人才、生态等全面振兴。

南水北调中线工程首次以设计最大流量输水

本报讯(记者蒋菡)5月9日8时30分,南水北调中线工程陶岔渠首,清澈的丹江水穿过闸门,欢涌向北。监测显示,此刻的入渠流量为420立方米每秒,这是中线工程首次以设计最大流量进行输水,以这个流量5秒钟即可充满1个标准游泳池。

中线工程在第6个调水年度就达到加大流量420立方米每秒输水设计目标,是对工程输水能力的一次重大检验,是工程量稳定可靠和效益充分发挥的重要标志。据水利部南水北调工程管理司负责人介绍,这次加大流量输水将全面检验中线工程状态和大流量输水能力,是优化资源配置、提升生态文明建设水平的一次重要实践,是检验中线工程质量效益的一项有力措施,是完成中线一期工程建设任务的一个关键步骤,同时也是水利行业全力促进复工复产、保障国家重大战略实施的重要举措。

“从世界各国大型调水工程运行的规律看,大型调水工程达到设计输水流量一般需要一个较长的时间,超大型跨流域调水工程所需要的时间更长,中线工程在第6个调水年度就实现加大流量输水设计目标,这是对工程建设质量和运行管理水平的重要考验。”中线建管局总工程师程德虎介绍说。

截至5月9日,中线工程累计向河南、河北、天津、北京平稳输水290亿立方米,成为沿线24座城市供水的生命线。

汕汕铁路拉开制梁序幕

本报讯(记者刘静)5月8日,由中铁北京工程局承建的汕头至汕尾铁路全线最大制梁场——惠来梁场首孔梁顺利预制,正式拉开了汕汕铁路制梁的序幕。该梁的预制比施工计划提前了52天,为后续架梁施工创造了条件。

据中铁北京工程局惠来梁场负责人介绍,在新冠肺炎疫情期间,梁场一手抓疫情防控,一手抓复工复产,制定切实可行的复工复产和疫情防控应急预案,免费为员工发放防护用品,在线内率先开始做核酸检测,为广大参建员工快速上岗、快速复工赢得了时间。此外,局项目部还开展了以保目标、保平安、保质量、保工期、保效益、树形象为主题的“五保一树”活动,迅速掀起“百日大干”施工生产高潮。据了解,汕汕铁路是广东省重点工程,是国家“八纵八横”沿海350高铁通道的重要组成部分,建成通车后,从汕头至广州时间将缩短至1.5小时左右。



周末游激活
旅游市场

5月10日,游客在湖北荆州方特东方神画主题乐园游玩。湖北荆州各A级旅游景区在做好疫情防控,保障服务质量的前提下,集中推出各项旅游惠民措施和旅游套餐,并对周末假期“短期游”进行重点策划,促进旅游业升温。

黄志刚 摄/人民图片

青岛开展“我为企业找订单”活动,上线二十天,新入驻企业9662家,订单额6286万元

网上牵线,让企业告别“单在固途”

市民营经济局于4月10日联合市商务局、工商联、贸促会共同启动“我为企业找订单”活动。经过前期积极与多家互联网公司和企业对接,平台从首批入驻的8家互联网公司增加到16家,新入驻企业9662家,上传产品4172个,订单额6286万元。

活动主要分为三大板块:一是通过互联网平台发布企业产品介绍、销售需求等信息,自动为企业匹配全国市场资源,拓宽销售渠道;二是组织企业参加在青岛市举办的线下展会活动,帮助中小企业搭建开拓国内外市场平台;三是组织企业分行业、分领域赴外地举办产品展销会、推介会,深耕国内市场。

参与活动的海尔卡奥斯工业互联网平台、京东商城及京东慧采平台、香港贸发局货发网采购平台等16家互联网机构囊括各行各业,在不同领域和行业拥有大量优质资源,能够满足不同企业的不同需求。其中,海尔卡奥斯平台行业链丰富,行业品类齐全,目前已形成机械、模具、电子、服装等15个行业生态,并在疫情期间开发了复工增产服务平台;京东企业业务是面向企业市场服务的重要模块,在青岛设立了专门的仓储基地;敦煌

网专注于跨境网上交易,是知名的外贸交易平台;柠檬豆擅长工业制造业领域产品采购和销售;第一化学网专注于精细化产品外贸出口;北京京展佳会拥有10万家食品经销商,专注于食品销售市场推广等等。

“为支持本次活动,各互联网平台纷纷降低门槛,让更多企业通过网络平台打开市场。”青岛市民营经济发展局副局长刘晓倩介绍说,比如,京东提供免费入驻、免费营销推广、免费提供专属资源位,入驻质保金按最低档收取,专项金融优惠政策支持,年销售额阶梯式减免2%~3%的费用等一系列优惠政策;拓拉思免费向企业开放展示平台、免账户服务费、免一个月海外仓储费用并免费将已上线的产品投放谷歌shopping广告前三页一个月;柠檬豆工业电商集采平台推出青岛企业免费入驻并享受平台免费市场推广优惠等。

活动启动以来,主办单位一方面积极引导鼓励各互联网平台开展线上促销和免费服务活动,另一方面大力发动青岛市中小工业企业登录平台,短短三周时间,组织举办了莱西站、即墨站以及敦煌网3场专题对接活动,组织企业在线发布产品信息、销售需求信息,

通过网上展示、金网推送、线上线下对接等方式为企业匹配市场资源、拓展销售渠道,帮助企业找订单;通过集约化采购、定制化服务,降低中小微企业销售成本和物流成本。

青岛振昌工贸有限公司是一家出口型企业,受疫情影响,原本美国、欧洲的订单骤减,通过海尔卡奥斯平台,该企业迅速与国内十几家口罩生产厂商达成合作意向,“一季度产值超过了去年同期的90%。”该企业总经理纪玉岗说。

“海尔卡奥斯工业互联网平台拥有3.3亿用户,企业发布需求后能够迅速、精准对接全国资源,提高合作效率。”海尔卡奥斯平台全国区域平台总经理杨军介绍说。

除了对接的高效率,互联网平台还意味着低成本,“我们把中小企业零散的需求拼在一起,由柠檬豆平台代表中小企业谈资源、谈账期、谈商务条款,争取最大话语权,以规模优势降低采购成本,相当于一次大型团购。”柠檬豆战略发展部总经理张瑞雪说。

下一步,“我为企业找订单”活动将继续挖掘、增加专业化合作平台进入服务团队,共同为企业提供赋能服务;继续举办系列专题活动,协助企业寻找适合自身行业、体量的平台。

本报记者 杨明清 本报通讯员 张婧

主营家用冷柜的青岛三瑞特公司在新冠肺炎疫情期间遇到了“单在固途”的窘况,多个国家的订单被取消或延期。拓拉思平台通过“我为企业找订单”活动了解到该情况后,主动与企业对接,为其搭建了与美国市场的直通车。目前,其订单数直线上涨,仅一个来自纽约的客户便通过拓拉思平台与其一次性成交26笔订单,单笔订单额6.2万美金。三瑞特公司负责人笑言:“之前感觉进入美国市场是‘蜀道难,难于上青天’,但是在拓拉思平台帮助下,我们感觉‘天堑变通途’了。我们对企业后续快速发展充满了希望。”

随着复工复产按下“加速键”,订单不足、渠道不畅、需求不旺等疫情“综合症”困扰着中小企业主。

“打造优质营商环境,创建服务型机关”不是一句空话。为充分利用互联网资源优势和渠道优势,以数字化网络化智能化赋能全市中小企业发展,帮助中小企业解决疫情期间原材料采购困难和订单不足等问题,青岛