

企业热衷远程办公 外卖推“无接触配送”

◆导报记者 王伟 济南报道

新型冠状病毒疫情引发举国上下关注，在疫情影响下，互联网新经济行业也受到了很大冲击，不过，虽然有的行业面临严峻挑战，但是有的行业也因此迎来了新的发展机遇。

远程办公迎爆发期

正月初七本应是春节长假结束后的第一个工作日，不过，与往年不同的是，今年济南上班族刘先生及身边的亲友都收到了单位延时开工的通知。

为遏制疫情蔓延，国务院于1月26日发出通知，延长2020年春节假期至2月2日，山东多地也发出延时开工通知，鼓励企业人员在家办公。特殊时期，远程办公便成了个人和企业当下的必要之选，而曾经仅作为辅助工具的线上办公软件等，如今成了必需品，远程办公因而迎来爆发期。

在此背景下，各大企业争相免费开放资源，帮助企业“战疫”。例如：阿里巴巴钉钉视频会议免费升级至102方，且免费开放不限时，向1000万企业免费开放在家办公系统；腾讯会议在疫情期间面向所有用户免费开放300人不限时会议功能；字节跳动的飞书，免费开放全部远程协作办公服务；苏宁科技免费开放“苏宁豆芽”远程办公系统；华为云welink智能工作平台在1月25日至6月1日期间免费提供1000账号、100方视频会议；金山办公在2月1日至5月1日提供免费的远程办公及音频会议服务；亿联网络提供100方视频会议免费60天的服务，还有云学堂、小鱼易连等企服企业也免费开放了众多服务。

“如今疫情影响集中办公模式之际，已渐趋成熟的线上办公，也成为很多企业最首选的替代方式，远程办公更是迎来新的发展拐点，将促进行业快速发展。”网经社电子商务研究



外送员将饭菜送达与顾客约定的地点，并请顾客自行取餐

中心B2B与跨境电商部主任、高级分析师张周平接受经济导报记者采访时表示。

外卖平台从策略上“自救”

疫情影响下，外卖行业受冲击。为此，多个外卖平台开始从策略上“自救”。

因惧怕疫情，很久没点外卖的王女士近日发现，此前一直钟爱的美团，为应对疫情推出了新策略——“无接触配送”。

“在家安守，放心点餐”。根据这一策略，用户可以在下单时告知骑手，配送送餐地点，或用户进行订单备注，或骑手与用户通过电话或App内消息联系，待餐品送达后，可自行于约定处取餐，从而避免了接触。美团还推出了安守鼓励券。此外，“在家安守”系列还推出了放心买菜、送药上门、免费义诊等服务。

另一家在线外卖平台饿了么也针对疫情作出反应：和广大商家全力组

织防护用品供给，平抑价格，提出外卖配送费不涨价；此外，饿了么和飞猪联动数千家餐饮、商超、菜场和酒店商户成立联合组织，为医护人员提供餐饮和住宿保障。同时，还为全国骑手配备最高30万元的特殊关爱保障金，减免商家佣金等。

“疫情使得人与人之间的接触成为一种奢望，此时，到家服务成为居民生活的基础保障。尽管配送服务减少了人员之间的接触，但依旧不能完全避免，而‘无接触配送’以及智能取餐柜的出现，较好地解决了这一问题。”对此，网经社生活服务电商分析师陈礼腾表示。

移动支付加速渗透

在抗击疫情不出门的号召下，各种公私经济往来、购物等都可以通过移动支付得以解决，强大的移动支付是打好疫情阻击战的“空中补给”。

在助力疫情防范上，移动支付主要平台纷纷出台举措。例如：1月26

日，微信在“支付”页面面向全国用户增加“医疗健康”服务，并开设“全国新型肺炎疫情动态”专区。该专区集合了权威医学科普、来自国家卫健委的权威24小时实时疫情统计、发热门诊地图等功能。支付宝联合蚂蚁保险，向抗击疫情的医务人员免费提供专项保险服务，一旦在工作中不幸感染新型冠状病毒，即可申请最高10万元或50万元的保障金。

对此，张周平分析表示，此次疫情对移动支付行业发展有促进发展，疫情一方面提高了移动支付使用的频率，另一方面也带动了移动支付用户数的增加。

在张周平看来，随着应用场景不断丰富，移动支付已成为推动经济社会发展的重要力量。移动支付不仅改造了传统消费形态，而且催生了新的商业模式和产业链条。同时，移动支付为信用社会建设提供了广阔的天壤，加之此次疫情对行业带来的影响，2020年移动支付行业将迎来快速增长期。

网店延时发货

快递业尚未完全复工

导报讯（记者 刘勇）随着春节假期的结束，不少剁手族又开启了“买买买”的节奏。不过经济导报记者在调查中发现，由于新型冠状病毒感染的肺炎疫情的原因，不少店铺都延时到2月10日发货，快递业也尚未完全复工。

“老板，这个今天(4日)能发货吗？”“抱歉，这个暂时无法发货，最早10日才能发货。”这是济南市民马骏和淘宝一家汽车配件店铺客服的对话。

马骏告诉经济导报记者，春节期间，他的车上一个保险丝需要更换，但汽车修理厂都没有上班，就想从网上买一个。“没想到延时发货了，车是暂时不能开了。”

这并不是个例。经济导报记者在淘宝网上发现，一家广东店铺发布的公告显示，即日起到2月10日(或更晚)，因疫情因素店铺不发货。

在淘宝开店的济南市民黄凯告诉经济导报记者，不发货的原因是快递业尚未完全复工。

“我们的政策是1月20日—2月2日的订单将在1月10日起开始发货，3日以后的订单从12日开始发货，如果有要求，我们支持用户增加10元运费走顺丰，但同样不能保证时效性。”在黄凯对经济导报记者表示。

经济导报记者从网易严选获悉，网易严选合作运输中件、大件商品的物流公司将于1月1日-2月10日期间停止揽收运输下单的包裹及逆向上门取件服务，在此期间所有涉及的安装、维修服务业务将停止，包括大中件家具、灯具、马桶等商品。其客服表示，可发货地区当前均使用顺丰快递发货，预计在1-3个工作日内发出，由于受到交通管制影响，揽收和配送时效将有所降低。

按照黄凯提供的电话，经济导报记者联系上了专门为黄凯提供快递服务的快递公司网点经理刘城，对于何时能复工，刘城表示要等集团的通知。“估计全面复工要等到10日左右，往年的这个时间早就复工了。”

防控疫情 水发众兴集团“网上办公”保生产

◆导报记者 刘民

“会议通知：各位领导、同事，明天上午九点，所有人员登录App进行视频会议，请大家准时参加，收到请回复！”

近日，水发众兴集团各部门、各权属公司微信群里定时会出现类似提示消息，通过居家视频会议开展“网上办公”成为水发众兴集团新型工作方式。

2020年初，突如其来的疫情扰乱了许多行业的正常工作秩序。为了加强新型冠状病毒肺炎疫情防控工作，阻断病毒传播途径，山东省近期发布通知，疫情防控期间大力推行“网上办公”和“网上办事”，引导企业和群众通过电脑和手机App办事，减少实体场所聚集带来的病毒传播风险。水发众兴集团全面推行“网上办公”，通过建立快速准确的信息沟通机制，确保各项生产经营活动在疫情防控期间正常开展、稳步推进。

视频会议安全便捷

“通过视频会议，知晓了水发众兴集团办公室疫情防控处置的进一步安排部署，一方面节省了参会时间，更重要的是减少了参会人员的聚集和流动，降低病毒传播概率，也为我们省出更多时间投入到具体工作中。”2月1日，水发众兴集团办公室“防疫情、保生产”工作部署视频会议召开后，准备到集团值班的司机班负责人立即赶到了水发大厦，着手落实工作。

针对当前疫情防控的特殊

“网上办公”为水发众兴集团在疫情期间正常工作提供了高效便捷的技术平台，为水发众兴集团全力以赴保运行、保供应，扛起服务民生重任提供了可靠支持

性，水发众兴集团进一步拓宽思路，充分发挥网络信息高效便捷的优势，利用视频会议“短平快”的优点，安排部署全集团疫情防控处置工作，召开水务、风电、燃气各板块工作调度会，通过现代化信息平台加强与各权属公司的工作联动，确保交办的事项落到实处。

信息传递及时高效

“我们时刻关注着微信群里的消息，根据集团统一要求，第一时间通过张贴宣传横幅、标语，播放LED字幕等方式，营造了良好宣传氛围，让广大党员认识到自己就是阻击疫情的战斗员，树立疫情防范意识，做好打好疫情防控阻击战、攻坚战和歼灭战的思想准备，推动全体员工坚定信心、共克时艰。”水发众兴集团权属公司邹平众兴水务办公室主任介绍。

疫情发生后，水发众兴集团建立多个抗击疫情相关工作群，及时发布集团会议精神和领导重要安排，并确保及时准确地传达到各层级公司，避免出现信息“梗阻”现象。特别是在当前疫情严峻、尽量避免外出的形势下，通过发布《新型冠状病毒感染的肺炎公众防护指南》等内容，及时高效做好集团内部宣传和疫情防控措

施落实工作。

网上办公保障民生

“咱们是国企，我们是党员，特殊时期我们要积极带头给群众生活提供便利。”水发众兴集团权属公司利津水务相关负责人说。

水发众兴集团作为从事供水、供气、供电业务的国有企业，生产经营情况与群众日常生活息息相关。疫情防控要求群众减少外出，为此，水发众兴集团水电气各板块权属公司陆续发出“延期缴费不停水电气”的告知信，并建议广大用户通过微信公众号等方式缴纳费用。

水发众兴集团水电气板块各权属公司通过为居民提供足不出户、方便快捷的网上缴费服务和24小时电话服务，保障了特殊时期人民群众的生活便捷和安全健康。

水发众兴集团党委书记、董事长尚智勇要求，“在通过‘网上办公’开展工作的同时，要做好保密管理，重要经营数据、企业重大信息等涉密信息要通过内部网络加密传递。”“网上办公”为水发众兴集团在疫情期间正常工作提供了高效便捷的技术平台，为水发众兴集团全力以赴保运行、保供应，扛起服务民生重任提供了可靠支持。

“最懂用户”平台与专业影视机构“意外”携手

网播的《囡妈》模式能延续吗

业内人士认为，本次“意外”携手有效整合了各自的优势资源；未来，流媒体或打通了影视制作的关节，根据用户需求定制高质量的影视剧，并成就影视剧制作新模式

◆导报记者 杜杨 济南报道

仅仅3天，因疫情弃院线选择网播的《囡妈》，在头条系旗下的四大App等平台上的总播放量就超过6亿，总观看人次达1.8亿。受此影响，电影出品方欢喜传媒股价当天大增19%，上述四大App中的西瓜视频，也连续多日位居IOS免费榜的第一位。

一个是“最懂用户”的流媒体平台，一个是专业的影视机构之一，中国互联协会专家委员、经济导报特约评论员郭涛认为，本次“意外”携手有效整合了各自的优势资源；未来，流媒体或打通了影视制作的关节，根据用户需求定制高质量的影视剧，并成就影视剧制作新模式。

“旧爱”遇困，“新欢”闪亮登场

1月29日，正月初五。经济导报记者从济南经四路万达广场，向东行至泉城路世茂广场，发现这条“金街”冷冷清清。沿途各商场内，顾客还不如店多，且影院都已全部停业。

在几家停业的影院外，经济导报记者发现，原定春节档的一些热门影片——如《唐人街探案3》《姜子牙》等海报仍在，唯独不见《囡妈》。

《囡妈》弃院线而选择网播，这在一年前是不可想象的。猪年“破五”当天，日票房大盘超过了8.3亿元；再往前，院线仍处快速增长期，据不完全统计，从2015年6月到2018年7月3年间，共有21起影院投资，并购案，涉及资金超过327亿，其中宇顺电子拟收购成都润运100%股权一笔交易，就作价200亿元。

有了资本的宠幸和观众的捧场，当时院线可谓春风得意，截至2018年年底，全国院线银幕数量为60079块；而国家电影局的《关于加快电影院建设促进电影市场繁荣发展的意见》更是提出，2020年银幕数量要超过8万块。

然而上述200亿并购案最终还是失败了，业内这才发现，几年来的快速增长让市场几近饱和，很多影院盈利困难：万达电影公布的2019年半年报显示，上半年公司营收同比下降11.2%；归母净利润同比下滑61.9%。

到了2019年9月，电影行业的“票补”彻底终结，资本又缺少了一条进入院线的途径；再加上高票价“劝退”了不少观众，院线经营困境凸显。

郭涛认为随着演员片酬的严管和财务体系的规范，整个影视行业投资热度有所消退，“目前并不是投资影视业最好的投资时机。”

资本宠爱不再、票房增长乏力，在这个节骨眼上，《囡妈》还“叛变”了。

经济导报记者尝试联系了几家院线驻济负责人，对方均表示不便接受采访；而据一则《关于电影〈囡妈〉的网络首播的声明》，全国影院为《囡妈》放映，先期投入相当大的费用，但后者却“破坏了行业的基本诚信”。

不过，有评论认为，院线的愤怒并非只因失去了一档贺岁电影，而是《囡妈》的新金主，恰恰是资本的“新欢”——流媒体。

说起流媒体，美国的Netflix(奈飞)不仅带来了订阅经济的兴起，上市十年涨幅更超过6000%；而中国的顶级流媒体爱奇艺，去年三季度营收同比增长6.98%。

至于《囡妈》买单的“头条系”，有消息称其母公司字节跳动2019年已达成了千亿营收目标，更有人看好其未来取代“BAT”中的百度，成就新的“ATT”组合。

“意外”能成就新模式吗

流媒体“郎”有钱，影视公司“妾”有意，如此天作之合，郭涛却认为比较“意外”。

实际上，“头条系”视频业务的“拳头产品”，是以15秒短视频起家的抖音；其本身不太擅长运营长视频，却选择买下《囡妈》播放，郭涛表示这与抢占市场份额有关。

郭涛认为这次携手，极有可能为影视行业打开了“一扇窗”，“此前网剧大多粗制滥造，究其原因，是缺乏与专业影视公司合作的契机；后者的产品则以院线、电视台播放为主，双方也产生不了交集。”

然而双方却有着相互急需的东西，“流媒体缺少质量过硬的自制剧，影视公司下游渠道又非常单一，疫情的意外出现与《囡妈》撤档，正好给了他们一个合作机会。”郭涛表示。

本次“意外”合作之后，郭涛也看好下一部《囡妈》的出现，“流媒体是最懂得用户需求的，当他们打通了影视制作的关节，完全可以根据用户需求定制高质量的影视剧；反过来，还能再通过院线、电视台播放。”

“未来，影视公司可以尝试与流媒体充分合作，拓展下游渠道；流媒体则充分涉足长视频领域，满足用户所需；院线则继续凭借不可取代的消费场景，稳固市场地位。”郭涛认为。