

线上机会涌现 创新层出不穷

聚焦疫情过后新产业新业态新模式经济

当前,新冠肺炎疫情还在持续,一些行业受到了不小冲击。越是在这个时候,越要用全面、辩证、长远的眼光看待我国发展,越要增强信心、坚定信心。我们看到,在疫情中兴起和壮大了一批新产业、新业态、新模式,包括在线消费、无人配送、免费应用、医疗健康、共享业态等在内的新经济展现出强大的潜力。只要把这些发展潜力和动能充分释放出来,就会成为推动经济社会发展的重要推动力。



创新在线技术和服层出不穷

3月3日,因为新冠肺炎疫情而在家办公的某国企职员吴玮早早起床,在线处理了几份工作报告并提交办公系统,接着又用手机和部门其他同事一起开了一个远程视频会议,然后去小区南门取前一天

在网上预订的蔬菜水果。与此同时,他的孩子正在上网课……

新冠肺炎疫情暴发以来,很多家庭都开启了线上模式。从买菜购物到远程办公,从在线教育到远程问诊,各类创新在

线技术、产品和服务层出不穷。正如中国软件评测中心副主任杨春立所总结的,在线模式已成为化危为机、突围疫情封锁、快速复工复产的重要支撑,成为经济社会有序运转的有效载体。

复工复产 带动巨大需求

“节后复工复产带动了远程办公、线上教育的巨大需求,使得一直不温不火的相关行业获得了巨大的推动力。”柳絮说。

在线教育企业纷纷开放学习资源,许多传统的线下教育机构也开始上线网课,除了为抗击疫情出力之外,也希望借此机会增加用户黏性和开拓新用户。

好未来旗下学而思网校从全国动员数百位自有老师,于2月10日起推出从周一到周五与校内时间同步的全年级各学科免费直播课和自学课,课程涵盖小学一年级到高中三年级全部学科。孩子们可以根据需要,通过学习强国App、央视视频App、学而思网校App、学而思网校官网等随时随地进行系统学习。

在线儿童英语启蒙品牌叽里呱啦年初刚推出专为5岁至12岁中国孩子研发的人工智能定制英语分级阅读App——呱呱阅读,便立刻宣布从2月8日起向全国儿童免费开放呱呱阅读App中的近千本英语原版读物。此外,叽里呱啦与迪士尼、企鹅兰登合作的英语启蒙内容,以及全系列叽里呱啦原创趣味拓展课等原来的付费拓展资源也都在叽里呱啦App中免费开放。

疫情期间,猿辅导在线教育也宣布为全国中小学生提供免费的巩固预习课。同时,整合公司全部优质教育资源,开放旗下猿辅导网课、猿题库、小猿搜题、小猿口算、斑马AI课等产品的核心功能,在寒假延长期间内为学生提供系列支持。

受疫情影响,在线办公需求暴涨。为了满足全国用户远程办公的需求,腾讯公司迅速推出了“云办公全家桶”,包括企业微信、腾讯会议、腾讯文档、腾讯乐享、TAPD腾讯敏捷协作平台、腾讯工蜂、腾讯微云等办公协同产品,并对产品进行相应升级,推出诸多免费服务。腾讯会议第一时间面向全国用户免费开放了300人会议的协同能力,并且每天都在扩容资源。

杨春立分析说,企业依托云平台、大数据、人工智能、工业互联网平台等技术和载体,可以快速汇聚多方资源,突破空间地域的限制,开展智慧运营、在线服务、共享制造等,能最大程度减少人员流动,最大程度让数据流转、让算法跑路,使企业既能够“线上开工”,又为疫情防控提供有力支撑。

不过,柳絮也表示,要想让线上模式成为主流,企业还需提升平台承载能力,练好内功,做好线上、线下服务的联动,提升自身竞争力,尽可能满足客户需求,留住客户。

(黄鑫)

在线企业满负荷运转

级副总裁柳絮分析说,生鲜电商、远程办公、线上教育、线上复诊、线上面试、线上招商、线上签约等模式在疫情中出现了爆发式增长。当很多企业不得不停工停产的时候,线上模式的企业则是满负荷运转。

比如,“此前不景气的生鲜电商行业在疫情期间进入了发展快车道,居家模式带来流量的疯狂涌入,也为即将步入第15个年头的生鲜电商行业注入了新活力。”柳絮说。

据统计,1月20日至2月18日,仅京东生鲜就卖出了近8.8万吨生鲜产品,同比增长226%,其中武汉市总销量近2800吨,同比增长436%。站内牛肉、鸡肉销量增长迅速,销售额同比增长分别达到329%、424%,此外,果蔬类商品销量增长也非常迅速,蔬菜销售额同比增长近300%,苹果总销量同比增长310%,车厘子销售额同比增长220%。

新情况还带来了新服务。京东线下的七鲜超市、七鲜生活全国门店推出了“小七拼”

服务,即社区居民通过集单形式在网上统一下单,由专车配送到各个社区。截至2月18日,“小七拼”共建立了1000多个社群,覆盖1200多个社区,覆盖人群近50万。

疫情期间,美团买菜北京地区的日销售量最高为节前的2倍至3倍,并呈现持续上涨趋势。蔬菜、粮油副食、水果、肉禽蛋、海鲜水产等品类需求量较大,日均销量占比超过60%,其中,蔬菜销量增长最为迅速。此外,美团买菜近期的平均客单价也上涨了70%,其中深圳地区的平均客单价为节前的近2倍,进口水果、牛奶、豆制品、熟食的销量也明显走高。

据柳絮介绍,疫情期间,每日优鲜交易额也实现了4倍至5倍的增长,客单价也由之前的92元攀升到135元,叮咚买菜用户规模增长近一倍。

疫情之下,在线消费已成为提振消费、扩大内需的重要力量。

疫情催生新技术新服务

不能出门也可以“云游”博物馆!只要在抖音上检索“博物馆”就能进入活动页面,通过直播、视频的方式游览全国著名博物馆的精品馆藏。包括中国国家博物馆、敦煌研究院、南京博物院在内的国内九大一级博物馆首批参与合作。这些博物馆珍藏的音视频、VR(虚拟现实)资源都将接入抖音,供广大网友在线浏览。

疫情期间,由于不能出门,各种在线服务新模式、新业态纷纷涌现出来,并迅速得到广泛认可。“疫情一方面驱动居民将线下消费模式转移到线上,另一方面则倒逼企业创新线上服务方式。”杨春立说。

比如,在疫情的特殊情况下,无需人员接触的手机端在线办签、电子签证服务深受欢迎。携程全球签证服务中心负责人黄卿介绍说,携程通过技术创新推出了“无接触签证服务”,将传统办签模式转到全线上,市民只要通过手机下单即可,携程会通过在线专家预审,在线填写申请表,在线一键拍照、一键叫快递等功能,让市民足不出户办签证。



此外,疫情期间,在线平台还纷纷推出各项服务满足民众生活需求,包括推出疫情查询工具、在线远程问诊、VR看房等,多地司法业务、投资审批业务也开通了线上办理流程。

比如,搜狗搜索联合了丁香医生、好大夫、微医、妈咪知道、春雨医生、阿里健康、京东健康等11家在线问诊平台,结合全网医疗资源,提供24小时不间断线上问诊服务。

在搜狗地图中直接搜索“发热门诊”或“肺炎定点医院”不仅可以查看当地发热门诊以及“肺炎定点医院”的位置、信息,还可以通过导航快速前往。

今日头条也与第三方平台合作,为用户提供免费的线上问诊和心理咨询服务。头条健康还持续更新全国各地新冠肺炎定点医院、发热门诊信息,并提供发热咳嗽患者就诊指引。