



被“逼”出来的新招或成制胜法宝

上海互联网企业多项举措促消费



寻找新机遇

复工复产复市进行中。从多个消费报告可以看出,报复性消费已初露端倪。疫情期间,拼多多、小红书、饿了么等上海互联网企业推出的多项举措,在促进消费方面成效显著。更难得的是,有些被“逼”出来的新招或将成为企业未来的制胜法宝。

市长县长直播助农

宅家有宅家的需求,复工有复工的“购物车”。拼多多对平台消费数据尤其是三线以上复工密集城市的消费数据进行分析,得出“白领复工10大热销商品”榜单。其中,既有口罩及相关衍生品,又有自热饭盒、眼影盘等吃用相关商品。不少长期宅家的消费者即将面对久违的同事,因此美妆、潮鞋服饰等商品也迎来爆发式热销。

一直以来,拼多多主张以“性价比”为核心的新消费。为刺激消费,拼多多2月27日至29日举办了为期三天的“百亿补贴节”,第一天App首页入口活跃用户数就超过了1.1亿,多款大牌商品“上线即秒光”,如一款补贴后的名牌口红,12个小时售出2万多件。中国消费内需市场的深度和韧度由此可见一斑。随着全面复工到来,消费将会进一步反弹,而品质优良、性价比高的商品将成为新的消费爆发点。

一些为疫情量身定做的举措,有意无意打开了商家的新视野。比如,为帮农民卖菜,拼多多2月10日上线“抗疫助农”专区,截至3月6日12时的成交订单达760万单,售出滞销农产品近8000万斤。

以往直播带货,更多的是“李佳琦”们。而拼多多试行的“市长县长直播助农”,效果与网红相比毫不逊色。3月4日晚8时,江西寻乌县长杨永飞走进拼多多和央视新闻直播间,给当地农民黄洪林的店铺当起了“临时主播”,为寻乌百香果代言。半小时内,直播间就涌进100多万消费者,央视新闻全网平台观看直播的观众更是超过了1000万人次。当天店铺即卖出5万多斤百香果和脐橙。现在,更多市长、县长都表示愿意“直播带货”,因为他们看到了这种方式省去中间环节、直接触达消费者的好处。

线上种草线下拔草

另一家互联网企业小红书提供的消费场景是“线上种草,线下拔草”。很受年轻人喜爱的小红书生活方式平台,目前月活用户超过1亿。在全民宅家抗疫期间,小红书通过美食、运动健身、文化娱乐、医疗健康等话题运营,带动相关领域内容快速增长。这些笔记既为宅家生活提供了乐趣和指引,也帮助品牌突破区域和已有用户,发现了新的消费驱动力。

刚入驻小红书加入直播公测的连锁火锅品牌捞王,直播内容是“生活味”十足的教你

做菜。这样的形式成为餐饮企业除临时转型外卖、半成品销售、食材销售外的另一种自救方式。众多小红书用户围观直播后感慨:“原来捞王的大厨是这样做饭的”,并表示“等疫情结束,一定要去捞王吃一顿”,也有用户喊话捞王:“何时来我的城市开店?”

对线下品牌来说,疫情期间带动线上销售的短期止损,可以视作良性的、有效的止损措施。而如何更好地为疫情后的消费服务,才是根本的解决方案。小红书在消费决策社区发展进程中形成了典型的“线上种草、线下拔草”链条,在“种草平台”深入人心的前提下,大量“拔草”的过程往往在用户日常生活中完成。

截至2020年2月,小红书上已有超过95万条“探店”分类下的笔记,在社区平台中形成了独有的特色。数据显示,1月底以来小红书站内美食搜索DAU上涨了近3倍。美食、文化娱乐、运动健身、医疗健康和教育,成为小红书社区内新增发布量最多的品类。在疫情影响下,美妆排名来到这五个品类之后,颠覆了不少人的印象。同时,总数据不降反升,表明小红书以“多品类生活方式社区”的形象落地,已经到了新的阶段。

外卖大增配套专供

春天到了,火锅、奶茶、烤肉……一家家美食店重新在饿了么上“生根发芽”。按捺不住的吃货纷纷开启报复性消费模式:从2月10日复工开始,第一周,上海人在饿了么消费

了16万单奶茶;到第四周,这个数字变成了33万单,其中一名用户一次性下单了77杯奶茶。城市复苏,每天喝一杯奶茶的标配工作生活又回来了。

数据显示,饿了么订单量最高的除了一点奶茶还有麦当劳、肯德基、星巴克和小杨生煎。“老面孔”之外,这个春天还“涌现”了各式各样的新店铺:优雅精致的西餐厅光与盐、火辣刺激的火锅店哥老官、文艺书店言几又……复工第四周,上海外卖商户数(开始营业的商户)环比提高了41.5%,仅上周上海累计有2.3万家复工,新增5049家。

2月10日开始的4周,饿了么上海外卖订单节节攀升。上海这个全国外卖销量最高的城市,整个2月的外卖都保持着匀速增长,从侧面反映出阿拉已按下复工复产“加速键”。

除了这些喜人的数据,新模式诞生也让外卖消费有了新选择。为让复工的员工吃得更安全,漕河泾开发区联手饿了么打造园区专享全程无接触送餐服务,于2月9日上线。企业员工通过自主研发的园区服务移动端应用“漕河泾life”App下单,商家配餐后将外卖放在指定区域,区域配送员送餐外送,配送员与客户之间通过固定位置送餐。这样的话,客户与商家、商家与配送员、配送员与客户之间全程无接触。疫情过后,“无接触”或许不再是必须的,但这种模式有望转为“园区专供外卖”,成为配套提供餐饮服务的新模式。

本报记者 金志刚

坚决贯彻落实总书记重要讲话精神,始终做到坚定、清醒、有为

更精准巩固防控 更有为推动发展

李强主持市疫情防控工作领导小组会议,研究部署疫情防控和复工复产复市重点工作

本报讯 市新冠肺炎疫情防控工作领导小组昨天上午举行会议,传达学习贯彻习近平总书记重要讲话精神,研究部署我市疫情防控和复工复产复市重点工作。市委书记、市疫情防控工作领导小组组长李强主持会议并讲话。

会议指出,在抗击新冠肺炎疫情的关键时刻,习近平总书记专门赴湖北省武汉市考察疫情防控工作并发表重要讲话,为进一步做好当前防控工作指明了方向,激励广大干部群众奋力夺取疫情防控和实现经济社会发展目标双胜利。我们要坚决贯彻落实习近平总书记重要讲话精神,紧密结合上海实际,始终做到坚定、清醒、有为。要慎终如始,不麻痹、不厌战、不松劲,毫不放松抓紧抓实抓细各项防控工作,一鼓作气、咬紧牙关、坚持到底。坚决防范境外疫情输入,在特殊时期体现特别担当。要统筹兼顾,再接再厉、善作

善成,以更加精准有力的措施持续巩固疫情防控成果,以更加奋发有为的状态推动经济社会发展。

会议指出,要密切关注境外疫情扩散带来的风险挑战,坚持从严从紧、精准有效、依法有据,毫不懈怠地做好境外疫情输入防控工作。要在严格落实防控措施的同时,加快推进企业复工复产复市,全力帮助企业克服困难、增强信心,积极推动员工返岗和企业达产。

会议指出,要在科学精准救治上下更大功夫,全力以赴做好确诊患者医治和疑似病例筛查工作。要加强科技攻关,充分发挥科研院所、医院、高校、企业等各方面作用,为打赢疫情防控阻击战提供强大科技支撑。

会议指出,要时刻绷紧安全这根弦,全力保障城市运行安全和生产安全。妥善处理疫情防控中可能出现的各类问题,及时化解矛盾纠纷,切实维护社会和谐稳定。

湖北新增确诊病例8例

3月11日0—24时,31个省(自治区、直辖市)和新疆生产建设兵团报告新增确诊病例15例,其中湖北新增确诊病例8例(武汉8例)。新增死亡病例11例(湖北10例,陕西1例)。新增报告境外输入确诊病例6例(广东3例,甘肃2例,河南1例)。截至11日24时,31个省(自治区、直辖市)和新疆生产建设兵团报告现有确诊病例14831例。

据新华社

疫情通报

上海昨无新增确诊病例

本报讯 (记者 左妍)3月11日0—24时,上海市排除新型冠状病毒肺炎疑似病例11例;无新增确诊病例。今天上午新增治愈出院1例,曾为危重症患者,经多学科专家团队积极救治后治愈。确诊病例中,现有20例在院治疗,其中12例病情平稳,8例病情危重;321例治愈出院;3例死亡。尚有34例疑似病例正在排查中,其中17例是通过联防联控机制发现的境外输入型疑似病例。

疫情防控 新闻发布会

海外疫情发展迅速 上海不必过度担忧

本报讯 (记者 陆梓华 见习记者 蔡骏)中国-WHO联合专家考察组成员、复旦大学上海医学院副院长吴凡表示,本市新增病例数维持在一个低位波动,关键是整个流行趋势非常稳定,可见防控的成效非常好。

当前,海外疫情发展非常迅速。作为一个重要的口岸城市和对外开放城市,上海确

实面临巨大的疫情输入风险。“但是我们不必过度担忧。”吴凡表示,上海已经把前期国内防控的有效措施应用到入境防控工作,重点国家人员入境,隔离14天,实行封闭式管理;非重点地区人员登记信息,主动对接目的地,无缝衔接地开展健康管理。上海主动跨前一步,体现了上海市的担当和全局观。

《疫情防控健康科普上海专家共识》发布

本报讯 (记者 陆梓华 见习记者 蔡骏)在昨日举行的上海市疫情防控新闻发布会上,复旦大学上海医学院副院长吴凡代表本市12名医学专家,发布了《疫情防控健康科普上海专家共识》,全文如下——

抗击新冠肺炎疫情,是一场人民战争,健康科普是有力武器。如何激发全民参与、调动社会力量,筑牢疫情防控的“铜墙铁壁”,同时解疑释惑、安定人心、消除恐慌?关键时刻,医学专家要挺身而出!面对疫情,民众健康意识空前高涨,医学专家要抓住时机,大力推进健康科普!我们达成如下共识:

■ 公众的健康素养对疫情防控极其重要。医学专家在参与新冠肺炎医疗救治、疾病预防、科研攻关的同时,要致力于健康科普,用健康科普这个特殊的“药物”,帮助市民抵御疾病传播。

■ 健康科普要主动回应社会关切。遇到突发传染病,民众难免出现焦虑、恐慌情绪,不容易识别谣言。谣言止于智者,更止于公开,信息公开透明是疫情防控的重要原则,健康科普是信息公开的有效手段。

■ 健康科普既要重视理念引领,也要注意实用性和应急能力能力的培养,比如六步洗手法、口罩正确佩戴法;既要提高健康意识,更要改变行为习惯,养成健康生活方式。

■ 健康科普的实质是学术大众化,健康科普要通俗易懂,讲“人民的语言”,把深

奥的知识讲浅显,将复杂的道理弄简单,使枯燥的内容变有趣。

■ 健康科普平台很多,舞台很大,医务人员要不拘一格做科普,线上线下相结合,可以在发布会上讲科普,在健康课堂做讲座,在新闻媒体发文章,也可以拍短视频、玩微信、发抖音。

■ 健康科普是基础理论、临床经验、实践能力等综合体现,健康科普有利于锻炼、提升业务能力,青年医务人员要积极投身健康科普,在服务社会的同时,更快成长成才。

■ 健康科普要讲“双重性”,既要讲医学技术的进步、医学成就的伟大,也要讲医学的局限与无奈,引导市民合理预期。对新冠病毒既要重视防护、消毒,也不要防御、消毒过度。

■ 健康科普要通俗,但不可低俗、媚俗,不能放弃科学、严谨、专业的底线,做科普,“三观”正确很重要。

■ 医务人员要做有情怀、有温度的科普,人文科普是健康科普的更高境界。

■ 健康科普要加强机制化建设,将医务人员做科普纳入工作绩效评价,为健康科普注入持久的动力。

突发公共卫生事件来临,没有人是局外人!医学专家、专业机构要发出权威的声音,动员民众参与。我们号召更多的医务人员投身健康科普,形成健康上海行动的最大社会公约数,使民众在疫情面前更镇定、更理性、更自律,使上海市民的健康素养进一步提升!