



# 上海打造在线新经济发展高地

## 明确4个“100+”目标 聚焦无人工厂在线文娱等12个重点领域

疫情期间,喜马拉雅、哔哩哔哩用户数分别增长30%和110%;上汽通用金桥工厂无人车间实现100%焊接自动化,保障无人生产线始终“不掉线”;拼多多日均在途物流包裹数稳定在5000万以上,同比增长60%;平均每天有500所学校、5000位老师、20万名学生在晓黑板直播课堂上学习互动,每天平均有一万场直播课……在线新经济正释放出新兴消费潜力,显示出新模式新业态的发展活力。上海将重点支持一批拥有核心技术、用户流量、商业模式在线新经济领域创新型头部企业和领军企业,打造在线新经济发展高地。

《上海市促进在线新经济发展行动方案(2020-2022年)》近日印发。市经济信息化委主任吴金城在今天上午举行的市政府新闻发布会上介绍,在线新经济是借助AI、5G、互联网、大数据、区块链等智能交互技术,与现代生产制造、商务金融、文娱消费、教育健康、流通出行等深度融合,具有“在线、智能、交互”特征的新业态新模式。《行动方案》强化高端产业引领和科技创新策源功能;打造新经济场景,助力产业转型升级;创造新制度供给,营造新经济营商环境。

《行动方案》明确了4个“100+”行动目标:集聚“100+”创新型企

业,加快培育100家以上掌握核心技术、拥有自主知识产权、具有国际竞争力的高成长性创新企业,聚焦支持10家左右创新型头部企业和领军企业发展;推出“100+”应用场景,集聚用户流量,催化在线新经济发展;打造“100+”品牌产品,推动新产品先行先试,加快创新产品市场化和产业化;突破“100+”关键技术,产业技术创新成果不断涌现,产业核心竞争力显著增强。

根据《行动方案》,上海将聚焦无人工厂、工业互联网、远程办公、在线金融、在线文娱、在线展览展示、生鲜电商零售、“无接触”配送、新型移动出行、在线教育、在线研发设计、在线医疗12大重点领域,围

绕智能交互技术攻关、应用场景开放拓展、创新型企业培育、品牌网络营销推广、数据资源共享开放、新型基础设施支撑等重点任务,着力实施6项专项行动,提出加大统筹协调、包容审慎监管、强化公共服务、新型人才从业评价、建设在线新经济生态园等5条保障措施。

市商务委副主任刘敏介绍,上海将大力促进消费新业态发展。鼓励各大电商平台对重点商家、重点品牌给予入驻、流量、数据等专项支持,推广直播电商、社群电商、“小程序”电商和音频、视频分享平台等新业态。继续推动无人配送在零售、餐饮、酒店、产业园区广泛应用。在社区推广

快递自提点,支持企业在高校、医院、商务楼宇等实施智能取餐柜试点,扩大无接触式共享货架试点范围。推动智能售货机、智慧微菜场、无人回收站等各类智慧零售终端发展。

市卫生健康委新闻发言人郑锦表示,上海将聚焦群众就医的“堵点”“痛点”“难点”,在医院内部推进电子就诊卡使用,方便患者“扫遍”挂号、就诊、支付、取药等门诊全流程,实现院内就诊“一卡通”。深入推进医学检验结果和影像检查资料的互联互通互认,已实现市级医院44项常用检验检查项目跨院互认。允许第三方机构依托实体医疗机构设立互联网医院。本报记者 叶薇

### “吸粉”无数的叮咚买菜又要挥师北上

# 疫情之下跑出生鲜电商“黑马”

危中寻机  
化危为机

疫情之下的流量红利,让生鲜电商发展迅速。上海本土互联网企业叮咚买菜在此期间的抢眼表现,让更多人了解到这匹“黑马”。更为外界关注的是,当下疫情尚未完全结束,大多数企业都在放缓甚至暂停扩张步伐,而叮咚买菜正在北京市场招兵买马,意图北上。

在叮咚买菜CEO梁昌霖看来,疫情更像是一场关乎生死的供应链大考。“生鲜电商的竞争力就好像冰山,海平面上看到的是规模,下面看不到的是供应链能力,更为深层的是组织能力、财务能力、数据算法能力。”

## 保供应,迎战订单潮

坚持“不打烊”的叮咚买菜没有想到,这个春节会迎来最暴增的订单。回想起春节期间蜂拥而至的订单,梁昌霖至今仍清晰地记得当时“紧张”的感觉。

记者从叮咚买菜方面了解到,疫情期间,尽管叮咚买菜所在城市中很多用户都回老家过年,但叮咚买菜日订单量基本上还是能维持40万到50万单,而且客单价几乎翻了一倍,从之前的60元涨到100多元,每天供应的蔬菜超过1000吨,水产品也达到了近100吨。

是机遇也是挑战。扛住了订单压力的叮咚买菜,在疫情之下收获了一大批“铁粉”。春节期间,叮咚买菜每天新增用户数超过4万,每天自然增长的新客比例也从疫情前的25%上升到了70%;中老年人迅速习惯用智能手机进行线上下单,40岁以上用户明显增加。

但在巨大需求背后,其供应链及运营服务能力备受考验。在业内,生鲜电商的生存被总结为十个字:“起势靠流量,生死供应链”。

从成立起,叮咚买菜就自建配送团队。“我觉得正规军更加有战斗力。”梁昌霖说。疫情期间,叮咚买菜仍实行当日送当日达模式。由于人手紧缺,叮咚买菜还通过租用电动汽车等方式提高每次送单量,一般情况下一个配送员一次能配送七八单,而租用电动汽车后,一个配送员一次能送80到100单。

疫情期间,叮咚买菜还成立了保供小组,派出百余采购人员在全国各地采购蛋禽蔬菜水果等生鲜食品,直赴山东、江苏、云南、宁夏等地采购新鲜食材。叮咚买菜采购经理吴辉告诉记者,即使是小年夜、大年夜,采购人员也在田间地头,督促供应商复工,保障供应。

梁昌霖表示,作为一个服务民生的创业公司,保民生的任务仍然很重。疫情后,公司将持续关注供应链能力建设,以及更好地为用户提



叮咚买菜员工在准备货品

本报记者 陶磊 摄

准时送到每一个用户手中。

## 促消费,增加创新供给

打开叮咚买菜APP,以春日新滋味为主的首页弹窗“弹眼落睛”,明前螺蛳、槐花、香椿、小龙虾等,都是当季新品,还有特惠价格。

随着城市迎来消费复苏,叮咚买菜创新供给,推出“解春馋上叮咚”活动,主推春笋、明前螺蛳、红香椿、荠菜、清水小龙虾等时令鲜食,每日主推单品的销量可达近10倍增长。“最高峰时,明前螺蛳的日销量达到了10吨以上,今年我们预计能帮助湖北、江苏等地销售小龙虾2000吨。”吴辉告诉记者,目前在售的小龙虾来自江苏泗洪的洪泽湖产区,早上从产区池塘起货,下午就能到达上海,是电商扶贫项目。而在本月,湖北小龙虾也能在叮咚买菜上架售卖。

叮咚买菜还和老字号品牌比如光明、新雅、杏花楼、老盛昌合作,推广创新网红食品,比如杏花楼咸蛋肉松口味青团、沈大成抹茶牛奶青团等,让老品牌借助互联网迸发新活力,带动市民的消费力。

今年,叮咚买菜将把促进消费复苏的各项活动长期持续地进行下去,比如“绿色星期五”、“超级会员日”等活动,全场88折,让利会员。同时针对今年每个时令节日,推出相应的“假日吃货节”,并通过“线上直播购物节”促进场景式消费。近日在直播中推广的春季时令食材——春笋的销量就同比增长100%。

而在疫情期间,叮咚买菜及时推出“大份简装”新品类蔬菜,平均价格下降30%,直接产

能却提高了30%。在发现疫情培育了不少消费者“宅家”做饭的兴趣后,叮咚买菜还与小南国、煌上煌、避风塘、新雅等数十家餐饮企业合作,将特色菜做成预制菜,并将销售大数据反馈给企业,调整产品品类。目前,这些快手菜、半成品类菜品,每天都能卖出十几万份,也让叮咚看到今后新的发力点。

## 走出去,复制模式北上扩张

疫情之后,生鲜电商的发展可谓逆势飞扬,叮咚买菜选择北上扩张,就是写照之一。近日,叮咚买菜开拓北京市场的消息传出。在某互联网招聘平台上,叮咚买菜已发布北京地区招募数据分析师、仓储管理、选址专员等多种岗位。

叮咚买菜在2019年开始走出上海,1月开始在浙江开店,5月进入江苏。2019年7月,叮咚买菜首次从华东地区进军华南地区,将年轻人比例最高的深圳作为第一站。此次进入竞争尤为激烈的北京市场能否成功?业界认为,目前北京依然是新冠肺炎疫情防控最为严格的城市之一,这也让北京市民的购物自由度尚未恢复到疫情前,到家需求颇为庞大。对于叮咚买菜来说,这或许是进入北京市场的窗口期。

此外,梁昌霖也曾表示,买菜是一个特别大的市场,船大不占海,即使大家都说做得很好的生鲜电商,占市民们的消费比例其实还是很小,所以大家都还是有希望的。叮咚买菜在这个市场的未来,也是非常前景的。

本报记者 张钰芸

## 今日论语

随着疫情得到较好控制,国内复工复产步伐正在加快,一个佐证是,上周公布的挖掘机3月销量创出历史新高,令人意外。

挖掘机销售作为产业链中游指标,能够反映下游基建等需求的强弱。今年1月和2月,挖掘机销量同比下降23.5%和60%,没有想到3月份全国销售挖掘机49408台,在去年同期历史最高销量的基础上增长11.6%。这在一定程度上反映出疫情影响趋于消散,需求释放加速推进。

其实,挖掘机等工程机械这几年持续销量大增,龙头企业三一重工近3年业绩持续大增,预告2019年净利润超过108亿元,同比增长76%至92%。公司股价上周五创出历史新高,反映出市场对公司未来业绩的预期。

工程机械需求持续增长,与经济结构变化有很大关系。三一重工这样解释:由于基建需求拉动、国家加强环境治理、设备更新需求增长、人工替代效应等多重因素推动,工程机械行业持续快速增长。人工替代的确已经成为趋势,比如,绿化施工以前一直是人工操作,但去年笔者所在的小区绿化改造,开来一辆小型挖掘机。由此,小型挖掘机增速最高,3月销量同比增长18.49%。不仅农田、园林等行业,而且新兴行业如新能源充电桩、5G基站建设等,都对小型挖掘机有较大需求,中国市场有足够的纵深,不要轻易说市场饱和了。

丘吉尔说过,每一次危机,都隐藏着机会。这次疫情可能带来全球格局大变化,纽约时报专栏作家《世界是平的》作者弗里德曼写了一篇文章,题目就是《新冠肺炎疫情是新的历史分期的起点》。这种变化也会反映在经济生活中,这次疫情在影响经济同时,也带来新的机会,有的产品一夜走红,比如,高德红外全自动红外体温检测系统销量大增,因而一季度业绩同比暴增20倍。更重要的是,红外热成像设备由此受到消费电子等行业的重视,带来大发展机遇。

同样,挖掘机3月份销量创历史新高告诉我们,传统行业依然有发展机会,经济结构转型仍在持续,关键是要顺应市场的变化。

# 挖掘机销量为何创新高?

连建明