

相互扶持 携手向前 这些互联网平台掀起“花式互助”潮



从 OTA 平台退改浪潮中的同胞相助,到京东、苏宁、拼多多对商户的补贴支持、共享资源等措施的推出,互联网平台掀起“花式互助”浪潮。其中,携程推出了“同胞”计划,包括启动 10 亿元供应商合作伙伴支持基金,为携程平台机票、酒店、旅游度假等合作供应商缓解资金周转压力。

○记者 温婷 ○编辑 李魁领

同胞连襟、唇亡齿寒,疫情对于中小企业的的影响在互联网平台表现得格外突出。从 OTA 平台退改浪潮中的同胞相助,到京东、苏宁、拼多多对商户的补贴支持、共享资源等措施的推出,互联网平台掀起“花式互助”浪潮。10 日晚间,阿里、蚂蚁、百度相继发布最新扶持措施。其中,阿里免去所有天猫商家 2020 年上半年的平台服务年费;蚂蚁金服旗下的网商银行提供合计 200 亿元的特别扶助贷款,淘宝、天猫联合菜鸟设立 10 亿元专项基金,用于补贴供应链和物流;百度免费开放 240 项 AI 技术,防控疫情的同时,互联网巨头携手平台企业互助发展。

旅游 OTA 同胞相救

新冠肺炎疫情来袭,旅游旺季变成退改旺季,首当其冲的就是 OTA 平台。原本计划春节假期后出游澳洲的小胡一家刚刚退掉了所有行程。而这样的退票已成为各大 OTA 平台的常态。飞猪统计数据 displays,今年春节期间订单同比增长 30%。但突如其来的疫情让形势骤变,分散在全国各地的飞猪客服全体远程上线处理退改业务。飞猪 3 次发布退改保障政策,最终确认了免费取消“一刀切”型的全面退订政策。同样遭遇了长达半个月的旅游退订潮的携程、驴妈妈等平台也是如此。出游潮变成退票潮,背后却是整个旅游产业的巨额损失。怎么办?“疫情当前,文旅企业要有最强的危机意识,坚决地开展自我救赎,首先要活下来,要看得见明天的太阳,整个行业要形成命运共同体。”景域驴妈妈集团创始人洪清华在中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)举办的新冠肺炎疫情对旅游业影响线上座谈会上表示。从 1 月 21 日起,驴妈妈连续 4 次升级游客安全保障预案。与此同时,启动 1 亿元重大

灾害保障基金,做好游客退订和安全保障工作。截至 2020 年 2 月 5 日,驴妈妈营收损失巨大,退款给游客资金和预付给资源方、供应商款项资金累计数亿元。洪清华认为,作为文旅企业自身来讲,首先要自救自强。在疫情防控时间,首先要确保现金流,包括缩减一切可能的费用、剥离不良业务、杜绝亏损及没有质量的增长,同时要确保竞争力等。飞猪副总裁黄宇舟坦言:“作为平台要发挥作用,不能只是两侧的传声筒,风险留给两头,自己在中间啥担当都没有。我们的选择是给消费者以确实的承诺,而不是模棱两可。同时,跟商家一起面对复杂的供应链,共同减少损失。”携程日前也推出了“同胞”计划,包括启动 10 亿元供应商合作伙伴支持基金,为携程平台机票、酒店、旅游度假等合作供应商缓解资金周转压力;此外还有不少于 100 亿元规模的小微贷款,共同面对即将到来的旅游“速冻期”。旅游行业也迎来了政策春风。日前,文化和旅游部办公厅发布《关于暂退部分旅游服务质量保证金支持旅行社应对经营困难的通知》,决定向旅行社暂退部分旅游服务质量保证金。暂退范围为全国所有已依法交纳保证金、领取旅行社业务经营许可证的旅行社,暂退标准为现有交纳数额的 80%。这一举措无疑为旅游业注入了强心针。携程旅游相关负责人表示,当前旅行社行业最紧迫需要解决的,一是现金流问题,二是业务何时恢复的问题。国家旅游管理部门通过退还部分保证金的方式对旅游业给予支持,这项措施在“非典”时期的旅游振兴过程中发挥过积极作用,而现在我国各类旅行社已经从 2003 年的 10000 多家增加到了 38000 多家,而且此次退还比例提高到了 80%,按照总金额计算,将为旅行社行业增加一笔可观的周转资金,缓解当前的经营困难,并为今后的恢复和发展创造条件。

超级平台“花式”扶持

受惠于实体经济的发展而崛起,以服务于实体经济为转型方向——此次疫情对于实体经济的影响也让互联网平台感同身受。除了 OTA 平台的同胞相救,京东、阿里、拼多多、美团也争相推出了针对平台商户的补贴扶持政策。继 2 月 2 日宣布面向平台 25 万商家推出总价值 1 亿元的 11 项补贴措施后,京东 8 日宣布再追加 1 亿元,对京东物流入仓商家进行重点补贴,包括物流费用减免、广告激励、流量支持、活动支持等 4 项,这意味着京东对平台商家的补贴已超过 2 亿元。阿里本地生活服务公司则推出了减免佣金、年费延期和金融支持在内的“五个决定”,给予口碑商家不同程度的费用减免扶持,并加大贷款力度。拼多多正在对疫情期间坚持承担物流补贴成本、维持运营和发货服务消费者的商家给予补贴,每笔订单将补贴奖励金 2 至 3 元。据拼多多多方透露,该补贴不设上限,目前平台已经划拨出 10 亿元首批专项补贴资金,用于激励所有在疫情防控期间坚持服务消费者的商家。此外,拼多多 2 月 10 日上线了“抗疫农货”专区,目前已覆盖全国近 400 个农产区,包括 230 多个国家级贫困县近 28 万个 SKU 的商品,以帮助解决疫情期间的农产品产销对接问题。针对专区商品,拼多多设置了 5 亿元的专项商品补贴,同时,每单农产品快递还将享有 2 元的特殊物流补贴。苏宁易购也对苏宁云台商户发布涵盖入驻续签、服务支持、资金周转、流量支持等 9 项支持政策。其中,针对防疫类商品(口罩、消毒液等)、基本民生类商品等 308 个四级类目的特定商品,苏宁易购则额外推出了 2020 年 2 月至 3 月免收平台使用费、免收平台佣金的减免政策。同时,针对这类商家,苏宁物流在原有

配送价格上给予 5 折优惠。此外,苏宁还从旗下各产业调派了上千名员工与家乐福(中国)“跨界共享”,重点支援各门店到家业务的拣配服务。京东及其投资的达达集团(下属京东到家平台和达达快送平台)联合宣布,将采取灵活多样的用工形式,面向全社会提供超过 35000 人的就业岗位,通过余缺调剂、岗位共享等创新模式,最大限度地减少疫情在短期内对就业产生的冲击。京东物流将面向全国开放包括仓储员、分拣员、快递员、驾驶员等在内的超过 20000 个一线岗位。达达快送平台已与多家全国范围内的人力资源企业及大型连锁餐饮企业展开合作洽谈;由京东到家平台协助招募的企业已有永辉超市、步步高、北京华联等。此外,京东 7FRESH(京东七鲜超市)、盒马鲜生等推出面向临时员工的“人才共享”计划,与疫情防控期间暂停营业的餐饮企业共享员工。目前,大洋世家等多家餐饮企业员工开始到京东七鲜超市上班,而云海肴的员工则在盒马鲜生上了岗。面对宅经济的“吃饭”需求,京东、美团点评等平台也根据自己的特色,与疫情防控期间闭路受损的餐饮企业合作拓宽销路。京东生鲜发起了“餐饮零售发展联盟”,推动餐饮品牌开拓半成品速食生产,并利用京东全渠道为其拓展新销路,目前海底捞、小南国、西贝莜面村、广州酒家等百余家餐饮企业已加入京东“餐饮零售发展联盟”。美团点评联合政府、协会等机构,在全国发起“放心工作餐直供”行动,一方面避免人员密集就餐可能引发的风险,同时帮助餐饮商家尽量减少损失,平稳度过特殊时期。苏宁物流 10 日表示,将面向政府、企事业单位、慈善公益组织免费开放全国仓储资源,为抗疫物资提供应急中转仓储和应急仓储运营服务,此项举措涉及苏宁物流包括北京、上海、广州、南京在内的全国 100 多个物流中心。

销售报喜 扩张不止 A股生猪养殖板块一季度业绩底气足

○记者 乔翔 ○编辑 李魁领

刚进入 2 月,多家主营生猪养殖的上市公司就迅速公布了 2020 年 1 月份的销售数据。从披露情况看,这些公司的商品猪销售收入在 1 月份同普遍上涨。鉴于不少公司仍在积极扩大生猪养殖规模,行业人士认为,这为其一季度业绩的持续释放奠定了基础。另一方面,新冠肺炎疫情虽然对生产复工以及建设进度带来一定影响,但多家生猪养殖企业均表示,整体可控且未受疫情重大影响。不少头部公司在 2020 年开年阶段就陆续披露扩张计划。销售大好 收入提高金新农 2 月 7 日午间披露,2020 年 1 月生猪销量合计 2.61 万头,销售收入合计 7721.31 万元,生猪销售均价 37.73 元/公斤,环比变动分别为 -9.69%、-21.62%、21.95%,同比变动分别为 62.22%、383.87%、183.96%。对于 1 月份销售形势大好,金新农认为,主要系公司商品猪、仔猪、种猪价格均较去年同期有较大幅度的增长。类似的还有新希望。2 月 7 日晚间,公司披露的销售报告显示,2020 年 1 月销售生猪 31.95 万头,环比变动 -22%,同比变动 9%;收入为 11.02 亿元,环比变动 -28%,同比变动 161%。对于生猪销售收入同比上升的原因,新希望表示,主要是因为生猪价格大幅上涨,以及生猪销量上升。新希望还乐观预测,一季度整体销量预计将保持正增长。此外,按照前期猪苗投放节奏与生产计划,预计从二季度开始,公司生猪出栏将逐级增加,快速放量。当然,在现阶段猪价高位波动趋势大概率

持续的背景下,不少养殖企业也打起了自己的“算盘”,即通过延迟出栏的策略,使得猪价红利最大化。典型如唐人神。从数据上看,唐人神 2020 年 1 月的生猪销量为 2.56 万头,同比下降 77.1%,环比下降 36.6%;销售收入为 8707 万元,同比下降 11%,环比下降 25.77%。事实上,早在 2019 年 9 月,唐人神生猪销量出现同比环比“双降”时,唐人神就表示,出于对生猪价格的看好,公司适度延迟出栏时间,增加生猪出栏体重,并且加大种猪资源留存力度,着眼未来。据查,唐人神自 2019 年 9 月至 2020 年 1 月每月生猪销量的同比下降幅度分别为 4.4%、47.9%、30.6%、39.1%、77.1%。再如正邦科技,公司 2020 年 1 月销售生猪环比同比也出现“双降”,但销售收入同比增长 32.84%。根据披露,正邦科技 1 月销售生猪 29.97 万头,环比下降 51.52%,同比下降 60.77%;销售收入 11.16 亿元,环比下降 39.80%,同比增长 32.84%。备货充足 无惧疫情在物资运输受到影响的背景下,饲料的供应是否充足成为外界比较关切的问题。记者查询相关公司披露的公告以及互动平台回答等发现,疫情对生猪养殖企业生产经营的影响尚在可控范围内。“公司养猪产业工程建设、生产运营等情况整体可控,2020 年计划出栏量不低于 800 万头,出栏目标未作调整。”新希望此前公开表示,疫情不会对原计划的发展节奏带来重大影响。正邦科技透露,预计公司在 2020 年湖北地区生猪出栏量占比 8%左右,目前未受疫情

重大影响。此外,温氏股份、牧原股份、天邦股份、金新农、唐人神等也均表示,疫情对正常的生产经营影响不大。新希望透露,公司国内饲料厂 90%以上已正常开工,剩余未开工工厂预计在 2 月 10 日前开工。“目前饲料生产对内部畜禽养殖的饲料供应充足,同时可以满足大部分区域和重点区域的外部供应,少数区域受物流影响处于紧平衡状态。公司 1 月饲料销量同比增长约 6%,一季度销量预计同比增长超过 20%。”公司称。正邦科技则表示,春节前各下属生猪养殖场及服务部饲料备货在 40 天左右。“截至目前,公司养殖场饲料供应充足,生产未受影响。”金新农也表示,虽然目前公司在湖北地区的两家公司(一家动保企业、一家饲料企业)还不能正常开工,但春节前备货相对充足,能满足公司子公司武汉天种在湖北地区的生猪养殖需求,其省内销售暂未受到影响。至于疫情对猪价可能的影响,华创证券研报显示,在供给端方面,部分区域原料、饲料调运将会受阻,造成猪料供给不足,若较长时间无法解决饲料不足的问题,将导致生猪养殖行业再次去产能。与此同时,种猪或仔猪补栏的难度也会明显增强。有行业专家告诉记者,疫情对于消费需求端的影响并不大,主要还是在养殖产业链相应环节的衔接效率方面可能会产生一定影响,叠加未来明显的供给端缺口,猪价的高位运行周期存在被拉长的可能性。新希望则在互动平台上表示,由于部分散养户在家隔离,导致延迟补栏和短期的仔猪价格下降,“今年的生猪补栏可能会在一定程度上

上放缓,从而拉长本轮猪周期,猪价保持高位的时间可能会延长”。前景诱人 扩张不止正是基于对国内生猪规模化养殖市场前景的看好,自 2019 年下半年的兴起的养殖业扩张潮仍在继续。记者统计发现,2019 年 11 月以来,新希望、温氏股份、罗牛山、正邦科技、康达尔等多家上市公司集中披露扩产公告。继 2019 年 12 月底披露投资 3.25 亿元扩产计划后,罗牛山又计划大手笔投资多个现代化生猪产业化项目。2020 年 1 月 1 日晚,罗牛山发布公告称,拟非公开发行 2.3 亿股,定增募资不超过 24.84 亿元,用于投资生猪产能扩张项目。预案显示,发行对象包括罗牛山控股股东罗牛山集团,其认购数量不低于 2303.03 万股。公司表示,本次募投项目全部实施并达产后,预计将新增年生猪出栏 135.63 万头。再如康达尔,公司曾在 1 月 21 日晚披露,与广东省开平市人民政府等多方签署框架协议,涉及生猪产能 50 万头。与之类似,为加快育种体系建设、扩大生猪规模,拓展公司高端水产饲料市场,天邦股份于 1 月 16 日晚披露,与海南省最大的省属国企——海垦控股集团达成战略合作协议。除了加速生猪项目建设外,从生猪产业发展需要出发,不少企业也在想办法提高饲料产能。比如新希望,其全资子公司拟新设唐山新好饲料,并以该公司名义出资 2370 万元收购唐山天申渔牧饲料合法拥有的 26667 平方米工业用地、对应 9267 平方米房产及设计产能 18 万吨/年饲料生产设备。

广电运通黄跃珍： 潜心软硬兼修,发力AI生态链

(上接 1 版)

身作为一名技术型管理者,黄跃珍清晰地认识到,“相比于腾讯、华为等行业‘巨无霸’来说,广电运通在 AI、区块链、大数据等核心技术上的优势并不明显,但倘若凭借着‘场景为王’的差异化定位,则可能打开另一番局面。”黄跃珍始终认为,ATM 机本身就是 AI 技术最好的载体,公司在研发金融智能设备时逐步拥有了传感、认证、识别等人工智能底蕴技术,这令广电运通在新技术研发应用浪潮中具有先发优势。“在推动每一个场景落地的同时,我们不断地投入资金去搞技术研发,来获取我们对人工智能核心技术的自主可控。”在广电运通每年的“账单”上,有一项大支出令黄跃珍倍感自豪,这便是研发经费。“团队对技术创新的投入从来没有含糊过,原先只是投入研发做钞票识别,现在要投入很多钱去做身份识别,因此还将加大研发经费的投入。”他透露说,广电运通已经连续多年研发投入占比营业收入均超过 8%。2019 年前三季度,公司研发费用达到 3.04 亿元,同比增长 71.85%。“优化算法和云计算将是公司未来两大主要‘消费栏目’。”从广电运通近两年在“软实力”方面的表现来看,恰好佐证了他的这一观点。目前广电运通已经完成了从钞票识别,到人脸识别,再到指纹、掌静脉、指静脉、虹膜识别等生物识别技术,形成了人工智能底层技术的底蕴。如成功在广州白云机场航站楼试点上线的“刷脸登机”,正是用于 VTM 机中的人脸识别技术的延伸;由 ATM 上广泛应用的识别技术而延伸出的智能视频识别,则被应用于智慧园区、智慧城市。除了自主研发外,引入优质合作伙伴使得广电运通“如虎添翼”。2018 年 5 月,以区块链技术等为技术立足点,公司与两大合作伙伴共同投资设立孙公司广州运通链达金服科技有限公司,成功进入“区块链+供应链金融”及“区块链+”(如智能物流、智能设备、无人零售等)服务市场。就技术应用而言,广电运通在区块链领域亦有了实质性成果。去年 3 月,其与深圳地铁公司合作开出全国首张轨道交通区块链电子发票,这种新型电子发票可为深圳市地铁每年节约发票印制成本约 40 万元。此外,广电运通的多中心分布式账本技术已在财政领域得到广泛应用,并逐步应用到农业数字资产流转、工业供应链金融服务、数字资产交易、政府区块链政务共享等“六大场景领域”。富有前瞻性的布局令广电运通在技术领域成绩斐然。在专利与标准方面,获得有效授权专利超过 1500 项,主导、参与制定或修订了 20 余项国家标准,包括国内首家完成全部主流生物特征识别国家标准布局,牵头主导的粤港澳大湾区首个金融类标准。“生态圈”下铸造未来有过在线购买保险经验的消费者可能遇到过这样的烦恼:在与保险公司、保险中介机构通过录音录像等方式提供视听资料、电子数据时,或许会出现一次录制成功率低、丢单风险高、数据存储难等问题。针对这些麻烦,广电运通不仅在一定程度上找到了解决方法,而且还把“解题工具”带上了行业盛会。今年 1 月,在美国举行的 2020 国际消费电子展(CES 2020)上,广电运通子公司 Denali System 发布了一款针对保险行业的 aiCore 双录解决方案,该系统可以最大限度地规避双录(录音录像)成功率低的风险,并能第一时间发现问题,及时告知消费者及业务人员进行补录,通过事中检测的双录通过率可达 90%以上。“该方案是基于广电运通 aiCore system 平台自主研发的一套视频音频电子数据检核系统。作为一个企业级人工智能大数据平台,aiCore system 是公司 2019 年最重磅的研究成果之一。”黄跃珍介绍说。根据他对 aiCore system 的定位,其角色是“智能终端+大数据”。目前广电运通已开发了面向金融、交通、安全、便民等领域的 33 个大类 410 余种智能终端,这些终端每天产生着数以 P 级为模态的数据。“aiCore system 已掌握了所有算法,可把场景化应用中所产生的丰富数据进行集成,从而根据参数的变化可形成各个行业所需的‘图谱’。”这个读上去有些拗口的英文名词背后实则藏着黄跃珍的雄心。“我们希望通过‘技术+场景’的合作模式,从当前的智能金融、智能交通、智能安全和智能便民四条跑道逐渐扩展到更广泛的领域,从而形成一个良性的 AI 产业生态圈。”按照黄跃珍给广电运通规划的中长期战略蓝图,全产业链已成为发展目标。“我们将通过部署在各行业的智能终端作为数据入口,在‘应用场景、算法、大数据’全方位发力,并依托 5G 等新一代通信技术,在 AI 产业生态圈中携手生态产业合作伙伴,构建强人工智能系统解决方案,成为领先的人工智能全栈式服务商。”黄跃珍说。