

京东发起“温暖企业原年人”行动 让企业员工过一个暖心年



亚马逊海外购李岩川：深化本地化举措 为消费者创造更多价值

2021 农历新年来临之际,亚马逊中国副总裁、亚马逊中国海外购负责人李岩川向亚马逊海外购所有顾客朋友们送出了新春祝福,并回顾了亚马逊海外购在过去一年中的重要举措与进展,也分享了未来亚马逊海外购在跨境网购消费领域的规划与愿景。

李岩川表示,2020 年充满挑战,新冠肺炎疫情改变了人们的生活与工作。在过去的一年中,亚马逊应对变化,不断调整与改进,在全球范围内上线了多方面的措施:为保护员工安全,亚马逊采取了多项举措,创造安全的工作环境;在消费者居家期间,亚马逊利用全球网络布局保证日常必需品的供应。同时,亚马逊还通过捐款捐物,积极地回馈社会与公众。在中国,亚马逊为了满足消费者的跨境购物需求,从亚马逊全球货源网络灵活调货,尽全力保障国内消费者的商品供给;在全球的物流和供应链受到极大挑战时,亚马逊通过海外仓备货、拓展国际运力等方式,最大程度保证国际直邮的及时送达。

据介绍,过去一年,亚马逊海外购消费者的跨境网购体验不断优化。从 2020 年开始,Prime 会员与非 Prime 会员都能够不同程度地通过亚马逊海外购长期免邮政策,进一步享受到跨境直邮的便利。在选品方面,消费者在亚马逊海外购上的可购商品数量在去年突破 3000 万,开启了“大选品”时代。消费者不仅可以购买到海外热门爆款产品,也能选择到自己心仪的小众精品,体验真正意义上的“买全球”。此外,中国消费者还可以根据自身的购物习惯与偏好,通过微信小程序、百度智能小程序等更多渠道进行购物,海淘渠道更为便捷。“我们在过去一年所做的一切努力,都是为了助推跨境电商行业共同前行,最终让更多的消费者受益。”李岩川说道。

亚马逊也在全力回馈社会与公众。过去一年,亚马逊向奋战在一线的医疗人员捐赠医疗防护用品,支持抗击疫情的救援工作,并推进亚马逊全球公益项目“Delivering Smiles”首次落地中国,向中国欠发达地区的 4000 名学童捐赠价值人民币 80 万元的爱心物资,帮助孩子们温暖过冬。

“回首 2020 年,尽管新冠肺炎疫情限制了我们的出行,但不能阻碍我们探索世界的脚步。在春节即将到来之际,我们全力准备 2021 环球年货大集,为大家奉上来自亚马逊美国、英国、日本、德国站点的贺岁尖货,希望大家可以享受到品质中国年,共同度过一个健康、欢乐的春节假期。”李岩川表示。

展望辛丑年,李岩川透露,亚马逊海外购将持续深化本地化举措,通过扩大选品规模、引入更多跨境品类、践行多渠道策略、深耕区域市场,为消费者创造更多价值,一如既往地助力中国的跨境电商行业健康发展。“我们也将继续聚焦‘新中产’,尤其是年轻消费者,满足其不断增长的个性化、差异化、细分化的消费需求,全力打造更加沉浸式的跨境网购体验。” (中新网)

面对复杂的冬季疫情防控形势,为减少大规模人员流动,全国多地发出倡议,春节期间“非必要不返乡”,鼓励大家就地过年。“原地过年”也成为 2021 年的新春关键词之一。

原地过年,年味不减。2月1日起,京东企业业务携手众多合作伙伴正式启动“温暖企业原年人”行动,从年节物资供给、员工亲情传递、假期生活服务保障三个方面为企业提供重点支持,帮助企业用覆盖全场景的爱和关怀温暖每一位“原年人”。

“衣食住行”全覆盖 关爱用情更用心

“原年人”最心心念念的就是家乡的“年味”。而让“原年人”身在异乡也能感受到“家乡味道”,则是温暖“原年人”最有效的方式之一。

在“温暖企业原年人”行动中,京东企业业务打造寄相思、送健康、献温暖、云团聚、呈关爱、保安全、造氛围九大采购专场,精选家乡特色年货、大健康、家电、时尚居家、安防消杀等多场景的年味商品,为企业承包“原年人”的“年味”提供全方位支持。以“寄相思”专场为例,京东企业业务整合了国潮、非遗联名、老字号品牌等众多带有传统年俗的特色年货,以及东北的冻梨、四川的腊肠、湖南的血肠、内蒙古的奶豆腐等全国各地的特产,帮助企业为“原年人”定制一份带有家乡味道的福利。

而企业通过九大专场采购年货时,还可



享受多重优惠和额外惊喜:2月1日-10日期间,京东企业业务采购平台全场有特价,且每天还会抽取第 20、第 21 和第 2021 个下单的企业赠送“企业原年人大礼包”。

千里送福寄相思 锦礼传递思乡情

“原年人”虽然原地过年,但通过视频通话和相思年礼向家乡的父母亲朋报平安、送祝福仍必不可少。

在“温暖企业原年人”行动中,京东企业业务通过京东锦礼智能化福利采购解决方案,帮助企业在员工和员工家属之间建

立一个全新的情感传递通道。具体来看,通过京东锦礼,企业可将福利预算以积分的形式打入员工个人账户,并依托京东海量优质商品池,任由员工根据个人偏好和需求自由选择心仪商品、自由配送到指定地址。

例如,员工可以通过京东锦礼,使用公司发放的福利积分选购滋补保健新年礼盒快递到家,为家中长辈送上一份健康福利;还可选择大牌护肤品、玩具等,为家中的妻子儿女传递一份年味惊喜,既有“礼”又有“面”。而这一份跨越千山万水的礼物,也能够让员工家人一同感受到来自企业的关



一副近视镜配上一双炯炯有神的眼睛,让人看不出他会与煤结缘同行。然而他不但十年如一日地每天泡在洗煤现场一线,工作干得很出色,岗位业务技能水平高,先后在厂和集团公司各项技能比武中一路领先,取得佳绩。前不久再次荣获该厂“技术能手”称号,被大伙誉为“技能达人”,他就是淮北矿业集团临汾厂职工张豹。

张豹 2007 年淮北煤电技师学院毕业后被分配到临汾厂西区选煤车间工作。2012 年

张豹:与煤为伍的“技能达人”

4 月调入浮选岗位后,他勤学爱钻研,在很短的时间内便通晓一定的浮选理论知识,熟知所操作设备的性能和操作要求。生产过程中,张豹根据产品要求和入料性质等指标,对操作环节进行调整,主动与加压、重控等相关岗位司机沟通联系,有效保证了各项指标合格,最大限度地提高浮选精煤产率。

选煤浮选工艺过程是多因素的综合过程,各因素间既相互紧密联系,又相互制约影响,使得浮选过程甚为复杂。面对原煤入洗量大、煤种种类繁多、煤质复杂、产品指标高等因素,对浮选操作更加要求严谨实精的工作作风。张豹在日常工作中总结出一套自己的操作方法——“一稳五勤”操作法。通过入料浓度、尾矿颜色、加压周期、泡沫情况等判定煤质、灰分情况,从而调整操作。一次在生产过程中,张豹发现该煤种在入洗条件相同的情况下煤质有明显差别:浮选尾矿颜色

变黄和加压周期明显变长,当即判定为煤质变差并立即采取相应措施,有效保证了精煤产品质量。

去年九月份,面对该厂西区煤泥发热量出现持续走高的不良情况,张豹有针对性地提出了重选系统跑粗对煤泥发热量影响大的建议,并积极参与二次浮选改造。通过调整一次浮选和二次浮选刮料量控制浮精灰分,使煤泥发热量得到了有效控制。

张豹在浮选司机的岗位上精心操作,不断提升浮选操作技能水平,获得了厂和集团公司的认可。2013 年荣获集团公司浮选工技能抽考第二名;2014 年荣获集团公司浮选工技能抽考第一名;2015 年荣获第五届淮北矿业“名师高徒”大赛浮选工第三名和临汾厂第九届技术比武浮选工第二名;2016 年荣获集团公司第十三届职工技术比武运动会浮选工第二名;2017 年荣获临汾厂青工技术比

怀和祝福。

春节服务不打烊 身心健康“双守护”

特殊的春节,“原年人”的情绪与健康状态也是企业最关心的事之一。为此,在“温暖企业原年人”行动中,京东企业业务携手京东健康与京东图书为企业提供免费服务权益,从“身”和“心”两大方面为“原年人”过节护航。

春节期间,京东健康将为企业“原年人”提供 7x24 小时的免费在线问诊服务,京东图书则为企业员工提供 0.01 元享京东图书 7 天会员及 70 万本图书免费阅读服务,让“原年人”的假期拒绝无聊更加充实。

此外,京东物流也将春节期间扩大配送和寄递服务范围,保障年货双向流通,为父母子女及亲朋好友之间互寄年货提供更为便利的通道,让每一份来自企业或是消费者的需求都能极速送达。即便是除夕至大年初三,全国 30 个省份、近 300 个城市、1500 个区县也都可正常下单收货。

京东企业业务相关负责人表示,距离牛年春节已越来越远,通过“温暖企业原年人”,京东企业业务希望以实际行动与企业客户一起,尽可能的为每个企业提供更多年味保障,让“原年人”通过所在企业感受到温暖的关怀、品味到家乡的年味、更好地向家人传递心意。同时,不论是否回家过年,也愿更多人都能安全、安心地过好年。

(中新网)

海信集团贾少谦：把济南青岛率先打造成全球智慧城市样板

2021 年山东省政府工作报告提出,开展城市更新行动,推进新型智慧城市建设。“智慧城市建设是软实力和硬实力的综合体现,是覆盖 5G 应用最多的产业,也必定是下一轮区域竞争的核心战场。”省人大代表、海信集团副总裁贾少谦表示,建议山东乘势而上,把济南青岛率先打造成全球智慧城市样板,在日趋激烈的区域竞争中争取主动、赢得优势。

2021 年开年,深圳、上海、南京、苏州、武汉等地轮番出台相关政策,正式开启“十四五”开局之年的智慧城市“新赛季”。如深圳提出“到 2025 年成为全球新型智慧城市标

杆”;上海提出“2035 年建成具有世界影响力的国际数字之都”。山东省作为新旧动能转换的“排头兵”,紧抓智慧城市带来的机遇,2019 年以来将济南青岛等城市列为四星新型智慧城市建设试点。

“近年来,在新一轮区域发展竞争中,一些省份通过‘拼抢’机遇呈现出强烈的后发崛起之势,如安徽依托合肥打造新型显示产业世界级集群,湖北依托武汉光谷打造光电子信息世界级集群,持续增强发展后劲。”贾少谦建议山东抓住数字化转型这一历史性机遇乘势而上,把济南青岛率先打造具有特色的全球智慧城市样板,增强本省本区域的



核心竞争力,提升民众获得感。同时,充分发挥本土企业优势,打造智慧城市产业“热带雨林”,调动上下游产业链企业、各业态头部企业的积极性和创造力,持续释放叠加效应

与聚合效应,抢占新一轮产业竞争制高点。

贾少谦举例说,以海信 20 余年来在全国多地进行的智慧城市实践来看,智慧城市建设优政、惠民、兴业,可谓一举多得。例如,海信政务云助推青岛电子政务打造行业标杆,实现“一体化政府”和“一站式服务”,让市民和企业办业务不用再担心“跑断腿”;海信智能交通应用于全国近 150 个城市,缓解交通拥堵这一民生痛点;海信在青岛实施的“头雁工程”示范带应用,以应用带集成、以集成带产业、以产业带生态,助力青岛智慧城市产业生态实现跨越式大发展。

(中新网)

5 亿用户 8352 亿元市场 “外卖 +”开启行业发展新业态

一日三餐、生鲜蔬菜、药品杂物……外卖服务如今已覆盖人们生活的多个角落,消费者只需动动手指,各式餐品和日常所需即可送货上门。据统计,截至 2020 年底,中国外卖用户规模已接近 5 亿人,外卖市场总体规模达到 8352 亿元。

夜宵下午茶成新宠

“外面零下几摄氏度,没想到奶茶送到手还是热乎的。”最近,在北京 CBD 工作的张女士成了各大外卖平台的常客。除了日常工作餐,她和同事已经通过外卖下单成功“拔草”了公司周边十余家网红甜品店。

美团数据显示,今年元旦期间北京餐饮外卖交易量较同期增长 17.4%,交易额更是同比增长近四成。部分餐饮企业通过线上渠道积极加码非堂食业务,增加半成品种类,根据餐厅周边客户实际需要推出“一日三餐”之外的多种套餐,并利用线上点餐、外卖送餐、团购折扣等方式持续扩大销售。

“现在很多主打精致下午茶的品牌店铺也都在外卖平台上线,给我们提供了更多尝试和选择。”张女士告诉记者,北京 CBD 一带的公司时常会有商务会议下午茶的需求,不少店铺为此专门推出个性化定制的茶点,再加上部分外卖平台提供的准时送达服务,会务筹备终于可以“一键搞定”。

除了下午茶,宵夜也成了消费者外卖下单的新宠。在海南,“清补凉”、后安粉等地方特色美食小吃频频出现在宵夜订单上,“点外卖、吃宵夜”也早已成为当地居民夜间消闲解馋的一种习惯。据了解,海口当地夜间外卖订单量从去年 4 月开始快速增长,部分店铺更是依托外卖平台推出通宵接单的服务,以满足持续增长的“夜经济”服务需求。

线上开启复苏之路

外卖服务的发展不但给消费者带来更多选择和便利,同样也为餐饮业者摆脱疫情影响,推动餐饮业复苏提供了新路径。

每到傍晚时候,位于广州恩洲大巷的“东川饭局”招牌就亮了起来,各式烧腊整齐悬挂在明亮的橱窗内,引人垂涎。和其他餐饮店铺不同,在门口长长的队伍中,衣着鲜艳的外卖小哥占了绝大多数。虽然只有二三十平方米的档口和三五名厨师,东川饭局却可以在半个小时内“接待”上百名顾客,成了餐厅界名副其实的“流量大户”。

凭借着“外带+外卖+轻堂食”的小店经营,东川饭局 2020 年新开门店 13 家,增长速度较往年翻了一倍。随着疫情防控工作进入常态化阶段,“无接触、少聚集”的消费理念逐渐为人所接受,像东川饭局这样主打“外卖为主、堂食为辅”的“轻堂食”餐饮模式也逐渐在全国各地走俏。

北京老牌餐企紫光园同样意识到“轻堂食”模式的价值,其外带档口至今已经过几次升级,从最初依附于餐厅的外带窗口升级为 4.0 版本的“精致版”装修独立档口,同时还设有独立的超市店。

“防疫期间我们所有店的流水都来自于档口。”紫光园总裁刘政表示,紫光园之所以能够走到今天,在于一直大力发展的档口模式。“比如通州店,6000 多平方米的店门口有一个 12 平方米的档口,一天的流水有 8 万元。12 平方米带动了 6000 平方米。”

数据显示,2020 年全年我国新增外卖相关企业 67 万余家,餐饮业转型线上稳步复苏。中国饭店协会相关负责人表示,餐饮外卖提供了新型餐饮消费形式,扩大了商圈半径,创造了新的餐饮消费需求。外卖产业的持续快速增长进一步推动了餐饮产业的线上线下融合,尤其是在防疫期间,对餐饮业复苏、提振整体消费等方面起到了重要作用。

“外卖 +”释放更大潜能

2020 年以来,“居家消费”“宅配到家”成为疫情之下互联网经济新模式。一大批高星级酒店、高端餐饮企业和大型正餐企业纷纷加速推进外卖业务,打破了外卖“廉价、低品

质”的固有印象,带动了餐饮包装食品、餐饮半成品和餐饮食材等业态融合的外卖行业发展。

与此同时,多个外卖平台也充分利用多年来在“非餐”消费场景的尝试和积累,突破传统“一日三餐”的单一固定式,走向更加多元化的发展路径。在“外卖+”的发展理念下,外卖产业呈现出向更多品类、更多消费场景拓展的趋势。例如,在浙江省杭州市钱塘新区,“网订店送”的购药模式如今成为常态,成功打通了用药、送药的“最后一公里”。市民只要打开手机中的外卖软件,就近选择附近的 24 小时药店,找到自己需要的药品并下单,外卖小哥就会将药品“极速送达”。

生活日用、高端服饰、电子产品等消费品类也纷纷加入到外卖的行列中来。业内人士指出,随着消费者对外卖等网络消费的认可和接受程度越来越高,“外卖+多品类”的发展模式将为行业发展释放更大的市场潜能,外卖产业也将迎来更加广阔的发展空间。

(金晨)