

非常责任有担当 速度温度力度

张绪旺

2020年“3·15”是特殊的，疫情就是命令，防控就是责任。作为社会运转的重要枢纽，特殊时期如何保民生、稳增长，是考验企业的非常责任。

泰山崩于前而色不变，麋鹿兴于左而目不瞬，做到这些并不容易。因此，在北京商报“3·15”特别策划报道——“非常责任”篇，我们走进一线抗疫企业，走近企业的一线抗疫人，用独家视角记录企业的特殊印记。

非常责任，跑出企业的速度。疫情之下，各种生活消费和服务首当其冲，居民可以宅在家里，但油盐酱醋等物资需要保障，并且更为迫切。

电商平台、物流配送等流通环节如何运转？每日优鲜北京望京仓站长刘国峰，每天工作时间12个小时打底，持续应战夜晚爆仓、白天爆单，力保生鲜电商“当日达”。同样是生鲜平台，美团利用人工智能解决人手不足和无接触配送难题，只用不到72小时，美团旗下两个团队就将无人配送车开进北京

顺义社区，把自动驾驶从概念变成落地。

更澎湃的速度是全国各地企业对疫情重灾区武汉的捐款捐物，来自证监会的数据显示，仅截止到2月15日，就有超过1000家A股上市公司累计捐款（物资）超过50亿元。

非常责任，传递企业的温度。大企业，大手笔，往往是疫情中公益行动的目光所在。但企业的每一次行动，都是由生动的个体构成。

KTV老板贾少斌算不上大企业家，暂停营业之后，他选择坚守KTV“临时的家”，与员工同吃同住同锻炼，对于未来“即便如今困难再多，只要我们坚持下去，相信一定会好起来”。而阿里人工智能算法专家顾斐，第一次有机会去合作伙伴那里办公，就到了抗疫一线的疾控中心。在“比996还辛苦”的日子里，病毒一天不除，他们用数据、算法、AI为武器进行战斗的过程就不会结束。

更多的故事发生在小微企业，它们直面巨大压力，没有丰厚家底，却无一例外地寻找求生轨迹，在学习新能力、迎接新政策和

各种坚持中等待春天。

非常责任，考验企业的力度。疫情突发，生存问题凸显，但能否渡劫，甚至掌握危机应对能力，事关企业长期发展，这需要企业不断强化业务力度和弹性。

刚刚迈进“而立之年”的老品牌长安商场不到3个月前刚刚完成店面改造，面对疫情又将迎来一场“模式改造”：通过微信群的方式，与消费者、客户建立更紧密的关系，从而达到销售转化的目的。不止长安商场，疫情倒逼实体商业完成早想完成的线上梦想，还有钟书阁、北京新华书店、北京图书大厦等，它们纷纷向读者推介线上售书平台，把自己的书店搬到了直播平台。

在投资、地产、教育、医疗等各行各业，“上网自救”只是应对疫情的策略之一，但这种之一应该成为“以史为鉴”。疫情终将过去，但危机时有发生。摆脱单一的发展模式，时刻常备B方案、C方案是企业增强抗风险能力，获得长久生命力的关键所在。



1985-2019
北京商报创刊34周年

因报之名 以融为大

内容为王 全媒共享
产品导向 新闻可视
传播优先 品牌聚合



北京商报网



北京商报官方微博

广告