

雷神山医院通信网络俞建江项目组——

72小时新建3个5G基站 可支持2.5万人并发通信

■本报记者 杜雨萌

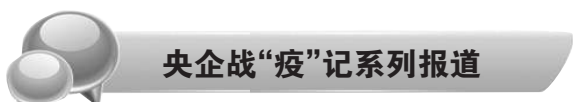
“怕吗?”
“怕!但为了医院早日投产,我必须往前上。”来自武汉移动、承接雷神山医院通信网络保障项目的项目经理俞建江如是说。
为了能让俞建江安心在前线做好此次抗“疫”服务保障工作,俞建江的父母已将他孩子接回福建照料,为其解除后顾之忧。
事实上,先后投入运营的雷神山医院和雷神山医院,5G网络覆盖均为“标配”,尤其是雷神山医院建设云直播,5000多万网友在线“监工”,一举推上热搜。
作为此次承接雷神山医院通信

保障及云直播的建设团队,武汉移动江夏区分公司建设维护中心主任俞建江在接受《证券日报》记者采访时表示,在武汉市新冠肺炎疫情较为严峻时期,不仅是国内,甚至全世界都在关注火山、雷神山医院的建设进展,通过5G+云直播的方式,向用户展示雷神山医院的进展情况,可以说也是大家希望看到的。
当回忆起刚来雷神山医院建设现场时的感受,俞建江坦言,除了3天高压工程期所带来的工作压力,需要担心的事儿也不少……比如其所在的项目团队在1月26日与雷神山医院指挥部对接,彼时的建筑工地还处于筹备状态,大批量的工程队、工程车辆密集涌入建设现场,人

员的密集在一定程度上加大了人传人的感染风险;再比如因春节放假以及武汉市封城等特殊情况下造成的人员紧缺是不得不面对的问题。
“尽管最后我们临时组建了一支50人的施工队伍,但多数是武汉市江夏区本地负责网络维护的同事,很多同事是家里面唯一的经济收入支柱,并且大多数是和父母妻儿等同住。也就是说,一旦有一人感染就很可能导致家里好几个人同时感染。”俞建江告诉记者,他当时心里想的就是雷神山医院的通信保障任务,一定得争取方案最简单、最优化。
据记者了解,为了在3天时间内按期完工,这50人分成4小组同时、多点施工,并坚持每天早上7点到晚

12点的连续17个小时工作强度。
而对于作为项目负责人俞建江来说,17个小时的工作时长显然是不够用的。因为除了要在建设现场组织、协调解决非常规问题及应对突发状况外,为节约建设时间,他还“兼职”部分厂家技术人员的司机,每天绕路接送几位厂家技术人员赶赴现场。
日均步行4000步、每天往返车程约320公里,每顿饭不足10分钟的吃饭时间,平均一天接打电话200余个、“打爆”2部手机和1部充电宝的电量……这些数字,或许可以更生动地描绘出俞建江每天的工作量。
好在1月29日接近凌晨,雷神山医

院的网络工程基本完成。俞建江及其团队用48小时抢建8条专线,72小时新建3个5G基站,扩容4个4G基站的速度,向雷神山医院交上一份“移动答卷”。
“说实话,那几天我对现场员工、支援和施工同事的安全健康,一直捏着一把汗,幸运的是,我们都健康的完成了支援雷神山医院的网络保障任务。”俞建江欣喜的告诉《证券日报》记者,目前,中国移动雷神山医院的5G网络可同时支持2.5万人的并发通信需求,并且从2月5日起至今,雷神山医院网络尚未发生一起业务中断。



云招聘走红春季人才市场 物流生鲜电商在线教育最饥渴

■本报记者 谢岚

近日,包括华为、腾讯、苏宁、盒马等在内的多家知名企业纷纷开启云招聘,求职者可以通过线上面试,在家里“躺拿”offer(录用通知),甚至线上入职直接开始办公。
“目前,已有不少企业全面启动远程面试,多数招聘需求中明确表示面试改为视频面试。”招聘平台BOSS直聘人士近日告诉《证券日报》记者。
而除了招聘形式,今年春招发生显著变化的还有各行业的人才需求。据BOSS直聘发布的《2020年春季十大人才趋势观察》,物流业、物业服务业、商超零售业等行业人才需求受疫情影响相对较小。特别是物流、生鲜电商、在线教育等行业。

中宣讲会、线上岗位推荐会,以往的线下面试也改为线上视频面试。
2月14日,巨人网络启动“无接触招聘”,公司所有岗位面向社招人才开启全程线上招聘,候选人可在线投递简历、在线面试,实现“不出家门、远程入职”。
此外,腾讯、京东、海信等多家企业目前亦已宣布所有面试将采用线上远程面试的方式。
“线上招聘是受现在客观环境影响,相比线下更加高效快捷,安全稳妥,目前开展地比较顺利。”人工智能企业云从科技人士对《证券日报》记者表示。从招聘公告看,除了在线投递简历、远程面试之外,该公司同时启动全国各地办公点远程办理签约入职。
BOSS直聘人士亦透露,春节后十天(2月3日-2月13日)使用“视频面试”功能的次数较2019年秋招旺季首周增长超20倍。



王琳/制图

过公司分析整理后,招聘需求与此前计划相差并不是很大,现处于有序推进阶段。”
2月8日,苏宁集团亦表示,疫情之下,将启动无接触式春招,全力保障春招正常进行。
同时,各地陆续启动复工以来,不同行业的人才需求也呈现两极分化的状态。BOSS直聘方面表示,旅游业招聘需求不足2019年同期的四分之一;广告传媒业的招聘需求降幅也超过七成;由于尚未完全复工,制造业人才新增需求同比回落47%。但与此同时,与物资保障和

民生密切相关的细分行业的人才需求受疫情影响相对较小,包括物流、生鲜电商、在线教育等在内的一些“风口”上的行业甚至面临着不小的人才缺口,正如火如荼地启动招聘。
2月7日,苏宁物流发布“人才共享”计划,面向因疫情冲击,工作受到短暂影响无法开工的人群,提供各类仓内分拣、包装、社区骑手、快递配送等工作岗位。2月13日,菜鸟供应链联合物流伙伴发布春季招募令,面向全国开放2万个岗位,大部分是库内操作岗。

在生鲜电商领域,2月12日,盒马宣布启动新一轮招聘,开放大约3万个岗位。
同样着急招人的还有叮咚买菜。“目前整个生鲜新零售行业处于需求大爆发阶段,企业员工缺口很大。”叮咚买菜人力资源总监洪洪表示。
在线教育亦不出意料地成为当下“求才若渴”的行业之一。“目前我们的招聘工作关键是抢占线上的流量和资源。”一位来自合肥新东方的人力资源经理坦言。据其透露,新东方由于线上授课新增了1000多名教师需求。

企业纷纷启动云招聘

事实上,针对高校毕业生就业问题,人力资源社会保障部就业促进司司长张莹日前表示,将对高校毕业生优化服务,扩大在线办理事项,鼓励网上面试,网上签约,网上报到。
而从企业端来看,目前确实有越来越多的公司启动云招聘。2月13日,华为心声社区官方微博公众号发文表示,华为2020年应届生招聘工作仍在有序进行中,为了保障健康与安全,招聘由线下全部改为线上。应届毕业生可以参加华为空

节后招聘市场回暖

2月17日,来自BOSS直聘发布的《2020春节复工需求变化》显示,复工第二周(2月10日-2月14日)市场招聘需求较第一周环比增长28%。整体招聘形势正在复苏。
云从科技人士告诉《证券日报》记者:“在春节前我们已经对2020年的编制做了整体盘点,疫情对于原先的招聘计划会有一些影响,但经

深圳建筑装饰企业有序复工 “无接触”成主流

■本报记者 赵琳 见习记者 刘丁平

近来,各行各业在做好防疫措施、减少人员接触的同时积极筹备开工运转。
2月7日,深圳建筑业协会等13家行业协会联合发布倡议书,要求全市建筑房地产业相关企业人员和从业人员落实复工复产,对有条件的企业和非特殊类项目,建议主动延期复工,避免在2月份集中复工,待疫情受控和条件成熟后,再分批申请复工。2月9日,深圳市住房和建设局发布《深圳市建设工程项目疫情防控和复工指引》,对防控工作、复工备案、现场管理、人员防护、健康排查、环境卫生等十个方面出具了详细指

导意见。2月17日,《证券日报》记者从多家建筑装饰企业了解到,不少企业已实现“无接触复工”。
天眼查数据显示,注册地在深圳的装饰装修企业多达249家,其中13家为上市公司。在深圳从事软装设计和施工的王女士对《证券日报》记者表示:“今天(2月17日)早上已经来到公司正式开始上班了,公司发文称也可以根据各自的实际情况线上办公。”据记者了解,她所在的软装公司主要对接上游房地产商和下游的工厂,目前上下游企业也都在积极复工中。“我是做销售的,所以目前线上与客户对接、沟通是完全没有问题的。”王女士表示。
此外,一些大型的装饰装修企

业目前也顺利将办公迁至线上。宝鹰股份一位工作人员向《证券日报》记者透露,公司鼓励各部门使用线上工具开展工作,尽量避免不必要的人员聚集。对于需要到总部上班的人员实行轮班报告制,并做好充分的防疫准备,建立健康档案。对于项目部分,需要在取得当地政府开工许可、疫情防护物资及相关施工防护措施方案落实到位的情况下才开工。
维业股份董秘张继军在接受《证券日报》记者采访时表示:“我们在2月10日开始线上办公,现在的工作主要是开展防疫和业务知识培训。像业务开拓、标书制作、各类会议等能线上的我们就线上,极少数需要线

下开展的如财务、审计等工作就由专人到公司进行,去公司的需提前到人力资源部报备,并做好防护工作。”
据记者了解,实际上有部分中小装修公司早在元宵节后就已通过线上平台合作的方式实现了“无接触”复工。土巴兔副总裁聂金津对《证券日报》记者表示,公司将自身直播平台向入驻的装修公司开放,自2月9日首批3家企业试点直播后,截至目前已有1100多家企业提交了申请,通过审核后陆续上线。“到本月底,我们预计会有近500家企业通过我们的平台进行线上直播。从首批3场直播的用户转化率10%-15%来看,企业还是比较满意的。”聂金津表示。

深圳市圳星装饰设计工程有限公司创始人李善军对《证券日报》记者表示:“目前公司按照政府的指示,采取线上办公,办公场所也有不定时的消毒。由于每年的2月份和3月份都是传统的装修旺季,企业多少会受到一些疫情的影响,不过在疫情结束后会迎来装修需求的猛增,企业也顺势迎来发展良机。”据记者了解,圳星装饰已经提交了在土巴兔上进行直播的申请,并有望于本周进行直播。李善军表示:“线上无接触复工是对企业的一种保护,也是对员工、对社会的一种保护,促进行业变革,从营销的角度来看,这会促进企业线上化、透明化,会带来新的商机。”

部分外贸企业受疫情影响无法按期履约 “不可抗力证明”有助降低违约责任风险

■本报记者 刘萌

新冠肺炎疫情发生以来,部分外贸企业被迫停工、停产、停运,无法按期完成订单。易瑞国际的案例仅仅是外贸企业遇到困难的一个缩影。
受疫情影响,国际班列停运,中国首家油气能源垂直领域的工业品跨境产业互联网平台——易瑞国际电子商务有限公司(以下简称“易瑞国际”),无法根据合同约定按期向境外客户交付货物,涉及货物金额约1400万元人民币。根据双方合同条款,如供货商不能按时或按量供应货物,每日需缴付未供货物或不足货物金额罚金最高达70万元,并且逾期一个月后采购方有权单方面取消合同,供应商必须退还所有已付款项。易瑞国际第一时间向客户解释了疫情期间交通受阻的情况,并希望可以保留订单、延迟交付货物。对方要求提供第三方部门出具的证明文件。
那么,新冠肺炎疫情是否构成合同领域的不可抗力事件、相关企

业能否免除合同责任?对此,《证券日报》记者联系中国贸促会商事认证中心有关人士进行解读。
外贸企业如何应对违约风险
《证券日报》记者从中国贸促会了解到,中国贸促会自1月26日起对认证平台进行改造,新增不可抗力事实性证明的在线申请功能。
在了解到贸促会可出具不可抗力事实性证明后,易瑞国际于2月4日深夜紧急联系当地贸促会,2月5日贸促会开通绿色通道,指导企业上传资料,及时审核,快速出具了新冠肺炎疫情有关的不可抗力事实性证明。该公司收到证书后第一时间将电子版发给外方客户,得到客户的理解和认可,同意在疫情好转后延期交付。
易瑞国际董事长冷至成表示,“我们亲身体会到贸促会出具的不可抗力事实性证明在境外具有较强的公信力和权威性。此份证明不仅帮助我们稳定了贸易,使得项目可

以继续执行,挽回了1400万元的合同,减免了约70万元的违约金,同时保护了公司的商业信誉。”
中国贸促会商事认证中心人士近日对《证券日报》记者表示,从当前形势看,新冠肺炎疫情对我国外贸企业的影响已经显现。首先,外贸企业应当本着诚信善意原则,尽可能早的将合同履行受到影响的情况通知合同相对方,并在合理的期限内尽快提供证明,让合同相对方有所准备,双方尽可能减少损失。其次,分析合同履行受到的影响与疫情之间是否有直接的因果关系,积极寻求替代履行方案,降低损失的方法以及其他救济措施。最后,一旦疫情结束,应当及时返工,不得再以不可抗力为由拖延。在任何情况下,均不应滥用不可抗力进行抗辩。
不过,有些小型外贸企业可能交易流程不规范,只有订单,没有签订合同,而订单中不存在不可抗力等方面的诸多条款。对此,中国贸促会商事认证中心人士表示,这种情况下,企业仍可按照上述关于

采取“不可抗力”抗辩的建议操作。因个案情况不同,建议应及时咨询专业人士确定合同适用的法律及合同的规定,再根据该适用的法律所规定的不可抗力或类似规则进行综合判断和处理。
出具证明不代表一定免责
那么,受到疫情影响的外贸企业是否向其合作方出具贸促会的不可抗力证明就能获得免责?答案是“不一定”。
“贸促会出具的是与不可抗力相关的具体客观事实的事实性证明,证明本身不会直接认定企业遇到不可抗力情形,而是证明发生了延迟复工、交通管制、劳务人员派出受限等客观事实,是企业通知合同相对方发生了不可抗力导致合同履行受阻并希望合同免责的证据之一。企业可以据此向合同相对方主张部分或全部免除不履行、不完全履行和迟延履行合同的责任,但最终能否免责,需要依据合同具体适

用的法律,结合合同具体条款和客观情形,就‘疫情及其防控措施’与‘企业无法正常履行合同’之间是否存在因果关系进行综合分析、判断。”中国贸促会商事认证中心人士解释,如果双方就此产生争议,则需要经过调解、诉讼、仲裁等争议解决程序解决。
中国贸促会商事认证中心人士表示,疫情发生后,有可能出现原材料、人工、物流等生产成本大幅上涨的情况,并造成企业利润降低甚至亏损,但这种情况在法律上并不当然判定为“因疫情导致在现实中根本不能履行合同义务”。
《证券日报》记者从中国贸促会获悉,自2月6日起,全国贸促系统各授权证明书出具机构一律免费为企业出具与新冠肺炎疫情相关不可抗力事实性证明。截至2月14日,全国贸促系统共出具不可抗力事实性证明1615份,涉及30多个行业,累计涉及合同金额约1099亿元人民币,其中单笔金额最大的合同涉及金额超230亿元人民币。

物流企业复工促生产开启 传化智联推17项减免措施

■本报记者 刘斯会

“全国企业复工复产逐渐加快,不少已复工企业的物流需求难以得到满足,成为制约全面复产的主要因素之一。”据一位业内人士介绍,目前快递企业基本全面复工,保障生活物资供应问题不大,但接下来的关键是要推动占据全国大部分市场的中小物流企业加快复工复产,保障生产型物资的供应。
记者2月17日获悉,传化智联旗下传化物流集团正式推出“战疫情、助复工、促生产”17项企业扶助措施。这17项举措包括全国公路港自营分拨中心新人仓租最高减免2个月仓租;3月31日前新签约入驻的零担专线客户,减免1个月至2个月租金;2月8日-3月1日期间合规复工的三产等商业客户,减免此期限内租金;此外,3月31日前,全国公路港内7.5万个大小车位减免停车费。同时,免费开放物流信息系统服务,免费开放传化网络货运综合服务平台,帮助客户提升复工后的运营效率。
除了帮扶支持平台内企业,传化智联还宣布免费为防疫抗疫公益物资提供物流服务,其中包括免费为公益物资提供不低于20万平方米的自营仓储服务;免费为各类公益物资运输提供运力信息匹配和调度服务;免费为公益物资运输提供全程可视智能设备服务。
自疫情暴发以来,传化智联线上线下开展智能化物流调度抗疫物资。1月25日,宣布全面开放全国27个省市区50余个公路港城市物流中心的仓储资源。此外,传化智联还协同传化安心驿站在全国范围内开通支援物资绿色通道,得到了28个省市301个安心驿站的2.2万站友以及传化智能物流平台上全国卡车司机和物流企业的响应。
截至目前,为保障疫情期间物资畅通,传化智联全国的公路港内已经通过政府审核复工的企业近400家。在全国各地,通过传化智联携手传化安心驿站打通的绿色物流通道,已有2200余吨紧急医疗物资运抵疫情较为严重的地区。在江苏,公路港内企业通过平台运力整合,仅用48个小时就将武汉雷神山医院建设所需的30000平方米板材及时运达。
“初步预估,通过这些举措的落地,我们能为平台内的物流企业直接降低运营成本2%-3%,为我们服务的制造业企业直接降低综合运输成本和运营成本2%-3%。”传化智联执行总裁陈坚表示,“以物流畅通,促生产恢复,助力中国打赢两场战役,我们有必胜的决心和信心。”

在全国各地,通过传化智联携手传化安心驿站打通的绿色物流通道,已有2200余吨紧急医疗物资运抵疫情较为严重的地区。在江苏,公路港内企业通过平台运力整合,仅用48个小时就将武汉雷神山医院建设所需的30000平方米板材及时运达。
“初步预估,通过这些举措的落地,我们能为平台内的物流企业直接降低运营成本2%-3%,为我们服务的制造业企业直接降低综合运输成本和运营成本2%-3%。”传化智联执行总裁陈坚表示,“以物流畅通,促生产恢复,助力中国打赢两场战役,我们有必胜的决心和信心。”

五粮液推五大扶商细则 精准施策不搞一刀切

■本报见习记者 王君

在业内人士看来,此次新冠肺炎疫情对酒行业短期会带来较大影响,但不会出现周期性的变化,酒行业高质量、高品质发展的趋势不会改变,行业“马太效应”会更加明显。
作为白酒龙头企业,五粮液在有序推进复工的同时,结合疫情快速做出反应,对终端经销商精准施策。
据《证券日报》记者了解,近日五粮液品牌事业部对各营销战区下发《关于精准施策、不搞一刀切,切实做好近期市场重点工作的通知》(以下简称“《通知》”),强调各营销战区要结合疫情形势,围绕一季度工作安排,近期重点抓好市场调研与分析、优化计划配额、加快市场费用核报、及时兑现终端积分奖励以及切实加强客户服务等5项工作。
据市场调研显示,元旦春节期间,五粮液总体营销形势良好,渠道备货、动销、库存等主要指标实现预期。当前经销商库存保持在10%左右,核心终端动销达80%左右。据五粮液华东市场几位大商反映,第八代经典五粮液和第七代经典五粮液已在1月份基本完成一季度的销售任务,且终端库存量较低,消费端表现良好。
上述《通知》指出,当前市场环境下,各营销战区要强化计划配额调节预案,对经销商进行分类调节,科学精准施策,不搞一刀切。
公司强调,要重点支持有能力、有实力、库存良好、又有自主意愿的经销商;对于有能力但近期动销有压力的经销商,及时调减计划配额;对于有能力但有短期资金周转困难的经销商,提报五品部,由五品部会同财务公司和合作银行,提供定制化的金融支持。
同时,《通知》要求,各营销战区全体人员要有序、有力、有效,亲自做好大客户团购工作,绝不允许简单向经销商硬性下达团购指标任务。
不难发现,此番《通知》提出的5项重点工作,其核心都是围绕经销商、终端开展。
对此,有业内人士分析表示:“在当前环境下,针对不同商家推行不同的扶持政策,凸显了五粮液扶持政策的个性化、精细化和精准化,以更有效的帮助商家解决实际困难,体现出五粮液超强的系统应对能力。这既体现了五粮液心系经销商、与经销商结成紧密‘命运共同体’的新型厂商关系,也体现了行业龙头企业的担当,有值得借鉴之处。”
事实上,早在2月2日至2月5日,五粮液集团公司党委书记、董事长李曙光连续主持召开三次专题会议,深入研究疫情防控和企业发展工作。
他表示,在加强疫情防控的前提下,要前瞻性、大力度的布局好下一步企业生产经营。在坚持“稳中求进、一管三强化”方针的基础上,结合当前形势,进一步突出加强“三个优化”(计划优化、渠道优化、结构优化)和加快“三个转型”(机制转型、团队转型、数字化转型),推动全年营收保持两位数以上增长。
国开证券分析师黄婧认为,五粮液作为白酒龙头企业,地位稳固,在2019年一系列改革推进下,品牌力及运营效率明显提升。2019年中秋国庆旺季完成销售压力测试,疫情结束后,2020年批价有望进入上升通道。目前来看,包括智慧零售体系、消费者会员体系、数字化体系升级等改革工作均在按部就班地落地,红利将持续释放。