

# 海尔生物一线员工战“疫”回放：深夜肩扛人抬将设备运进火神山

■本报记者 李秀宇

在很多企业尚未复工之时，已有先行者负重而行。

春节期间的一个晚上，何晨杨在23点30分接到了来自火神山医院的来电。

在此之前，他已经连续几夜没合眼。他不敢睡，每一通午夜来电，都可能有一万火急的事。

“1月23日开始，几乎每天都有武汉的医院半夜打电话过来。”海尔生物湖北区域经理何晨杨告诉《证券日报》记者，海尔生物已经向武汉大学人民医院、中南医院、中部战区总医院以及当时还在建设中的火神山医院等医疗机构运送了总计价值约300万元的专用安全防护医疗设备。

## 两公里的“长征”路

“必须马上行动”，何晨杨告诉记者。挂了电话，他马上着手联系火神山医疗设备的搬运安装工作。时间已是深夜，海尔生物准备的专业医疗设备早已在武汉红十字会仓库中整装待发，但摆在何晨杨面前的问题有两个。

第一是人手问题。在那个特殊



海尔生物援助武汉设备整装待发 (公司供图)

的时间，何晨杨的团队也时刻守候在电话前。不过没过多久，各节点负责人就已就位。

第二是物流问题，为了尽快将物资从仓库运送到火神山医院，何晨杨等人深夜联络了国内大半物流公司，物流车不够，就用自己的私家车来凑；通行证明还没搞定，就不停地打电话，紧急联络红十字会、消防以及防疫指挥部等机构，确保医疗物资能够第一时间顺利抵达。

“可眼看着物流车开进了火神山医院，何晨杨又犯了难。彼时，火神山医院还在建设之中，周围全是土

路，物流车最近只能开到距离医院两公里外的地方。

办法总比问题多。车开不进去，就人工搬运，几个人、几十台重达70公斤的设备，就这样一步一步地抬进了火神山泥泞的建筑工程地里。

“再来几次也愿意。”回忆起这段两公里的负重前行之路，何晨杨告诉记者，“团队当时没人喊累，就只一门心思想着尽快把设备送到。”

经过一个通宵不眠不休地奋战后，海尔生物此次为火神山医院带来的生物安全医疗设备已全部到位

并完成安装调试，为疫情赢得了宝贵的时间。

火神山一夜的故事绝非孤例，疫情期间，海尔生物一线工作人员的身影一直活跃在武汉等疫情多发区。早在今年1月18日，海尔生物医疗第一时间向武汉金银潭医院(武汉医疗救治中心)提供生物安全柜等安全防护保障；保障中科院武汉病毒所国家病毒资源库生物样本检测需求；为钟南山院士广州市呼吸疾病研究所紧急配备物联网超低温设备，3小时满足生物样本检测需求。

1月29日大年初五，海尔生物新工业园生产线提前复工抗击疫情，四川等地整车发运全力保障生物安全柜、超低温冰箱等防疫物资配备。

明知山有虎，偏向虎山行。海尔生物提供的先进医疗设备成了一线医疗工作人员抗击疫情的有力武器，成了海尔生物抗“疫”的先锋兵。

## 疫情引发的生物安全反思

战“疫”的同时，海尔生物也加速了反思。

在生物安全被纳入国家安全体系后，全面提高国家生物安全治理能力已成当务之急。

值得一提的是，在我国的医疗版图中，已不乏先进企业正在积极加码对于智慧医疗以及健康大数据的布局。作为海尔“盈康一生”旗下成员，海尔生物率先实现物联网生物安全科技生态的转型，切入生命科学领域医用低温冷链存储这一细分市场，在不断迭代创新的技术发展中，融合物联网模式，为用户提供物联网生物安全场景解决方案，为生物科技行业探索出了一条可借鉴的新路径。

据了解，“盈康一生”是海尔在大健康领域孵化的生态品牌，这一品牌包括海尔生物、盈康生命、医疗服务平台等，已经形成成熟的产业链。海尔生物在业务类型上较为独特，被视为缺少对标企业的“新物种”。

安信证券日前披露的研报显示，对于所有涉及生物安全的细分行业，完善生物安全配套设施与设备是首要之举，海尔生物产品线全面服务于生物安全，有关设备在政策利好下有望开启新一轮增长。另有数据显示，截至2018年年底，我国医疗器械行业市场规模达到了5304亿元，预计2022年我国医疗器械行业市场规模将超9000亿元。海尔生物能在其中分得几杯羹，值得期待。

## 疫情下的快递物流复工：

# 大型快递物流企业基本复工 快递小哥忙碌在小区门口

■本报记者 张敏 李勇 吴怡萱 刘丁平 刘斯会

“我在网上下单买了苹果和猕猴桃，显示店家已经发货，但几天过去，迟迟未收到。”一位消费者向《证券日报》记者表示。

与此同时，小区门口的快递小哥却越来越忙碌：“网上的订单特别多，目前不让快递员进小区，在一定程度上也降低了投递的效率。”

“仓库那边人手紧张，尤其是一线人员，目前产能只恢复到一半左右。”一家物流企业人士向记者表示。

快递物流业，犹如城市的毛细血管，在疫情期间，其复工程度事关百姓生活，也关联着生产。

3月3日，国务院常务会议要求，推动交通运输、快递等物流业加快复工复产，实现稳定发展。各地要对邮政和快递业给予更多政策支持，给予一视同仁的通行便利，推动打破乡村、社区“最后一公里”通行和投递障碍，将智能投递设施等纳入城乡公共基础设施建设范畴。

目前，快递物流企业复工情况如何？政策的活水能否解决企业经营之渴？

快递物流行业人士徐勇在接受《证券日报》记者采访时表示，政策将对行业产生利好，快递物流企业的复工意愿都是很强的。但是要看到实际复工率和名义复工率的差别。

“例如一些快递物流人员回到工作岗位，但需要隔离14天，这就是名义复工，实际尚未复工。此外，促进快递物流复工的前提是上游，即电商等上游端的需求复工。相信在3月中旬实际复工率很快就上来了。”

北京交通大学张铮教授在接受《证券日报》记者采访时表示，此次疫情对物流快递行业来说，是一场考验，包括企业的运营效率、成本控制等。“企业复工是一方面，复工能不能产生经济效益，产生利润也十分关键，未来行业或迎来一轮洗牌。”

## 大型快递物流企业复工率高

“目前影响快递业全面复工的主要原因有，首先一线快递人力供给不足，造成配送延误甚至部分地区出现爆仓等问题，其中有部分快递从业者因担心风险而推迟返岗。其次是由于部分劳动力输出地区，仍存在一刀切式的交通出行管制，甚至有不合理的复工审批，影响返岗复工。”中国物流学会特约研究员杨达卿向本报记者表示。

不过，从目前的市场复工情况看，大型的快递物流企业复工迅速。

“快递物流行业是社会运行的重要基础行业。快递企业如果不复工，原材料、配件、加工产品等均无法运输，经济社会亦难以运行。因此，快递公司复工也是对其他行业复工的支持，是经济发展的重要保障。”圆通速递董秘张龙武在接受本报记者采访时表示。

张龙武介绍，现阶段，快递行业主要公司均推行“全年无休”，春节期间公司亦为消费者提供寄递服务。今年，为应对疫情，保障重要防疫物资，公司紧急开辟绿色通道，积极安排人员、车辆等设备保证了重要物资的配送。1月28日，公司主要管理人员就已经上岗，保障复工运营；2月10日，按照政府要求正式全

面复工，同时公司推出防疫物资支持、免息资金扶持等针对性举措，促进全国及时复工，公司业务量较去年同期还略有增长。

韵达股份公司人士向《证券日报》记者表示，2月10日起，公司由春节运营模式调整为正常运营模式，实现全面正常运营，截至目前，韵达全网运营率达90%以上。

菜鸟在回复本报记者采访时介绍，在菜鸟智能物流骨干网上，九成快递网点已经复工，超过200万名快递员和仓库人员回流返岗。“整体来看，目前菜鸟智能物流骨干网产能已初步恢复到日常水平，疫情期间的积压情况也在快速清理，预计短期内可以基本恢复正常。但疫情仍在继续，部分地区的交通管控、人员隔离等措施尚未解除，对员工的返岗、车辆的通行、最后一公里的配送还有一定影响，也请消费者给予更多谅解。”

## 多重措施保证生产经营

积极复工背后，需要企业做好安全生产的各个环节。

为了保证生产经营的安全，韵达股份相关负责人介绍：“我们所有场地区域均进行无死角消杀，包括办公场地、操作场地、宿舍、餐厅、饭堂、茶水间、卫生间、员工休息室、运输车辆等。对于返工的员工从生活、工作到个人都进行防控，有专人提前对工作环境进行消毒、监控和管理，每天有人进行体温测量返程登记等。”

“除此之外，由于快件会直接送到客户手中，所以需要进行消毒，但又不能造成快件损坏，所以我们采

取在快件周围或上方进行雾状喷洒消毒，并做到经过一个环节消一次毒，确保客户的健康安全。”韵达股份负责人如是说。

此外，据菜鸟介绍，快递物流人员在做好个人和包裹防疫、消毒的同时，采用无接触方式提供安全的寄件、取件服务，为居民生活提供了有力保障。

货拉拉公司人士向本报记者介绍，公司已在中国286个城市开通服务，目前绝大多数落地城市都在做好防疫措施的前提下逐步完成复工，货拉拉平台为员工配备了口罩、消毒水、洗手液等防疫物品并每日定时检测体温。

“快递行业具有全国性的特点，快递公司的末端网点亦遍布全国，基层员工数量较大。公司鼓励大家积极复工复产，疫情期间，在保障基础工资的同时，也推行按件计费，不仅实现复工复产稳增长，而且为员工的生活提供了保障。”张龙武说。

## 企业呼吁更多政策活水

近期政府各级部门持续推出有利于快递物流企业的政策。中国物流学会特约研究员杨达卿接受本报记者采访时表示，国务院常务会议提出的支持复工和纾困的举措，利于加快劳动力输出地区健康人员的出行返岗。通过减免相关物流基础设施首收费、加大减税降费及财政补贴等举措，利于从资金上纾解部分快递物流企业的资金包袱。会议提出的“将智能投递设施等纳入城乡公共基础设施建设范畴”，对很多快递及相关设备企业来说是一个重大利好，有利于推动快递最后一公

里无接触配送。

“公司乐于见到此类政策，并认为此类政策和措施出台非常及时，利好行业及公司。”一家快递物流企业向本报记者表示。

不过，尽管大型的快递物流企业称复工率较高，生产经营顺利，但记者了解到，促进快递物流业复工，仍需要更多“活水”。

杨达卿建议，首先要优先保障人力供给，针对无疫情地区且已安全渡过第二个14天隔离期的快递从业者保障返岗出行，取消不合理的复工审批，提供无接触运输方面便利。其次，快递企业要强化卫生防疫工作。此外，快递上下游企业可共建抗疫保险专项基金和增加防疫物资配备等，最大程度地给物流企业人员安全保障，解除后顾之忧。

此外，从融资的角度，快递物流企业也需要一定的扶持。一位物流企业人士向《证券日报》记者介绍，疫情期间，大部分物流企业复工率很低，客户订单不能及时送出去，每个月都在亏损。“对于物流企业来说，避免仓库租金是救急。”上述物流企业人士向记者表示，疫情又减缓了融资进度，能不能挺过这半年非常关键。

在张勇看来，快递物流企业复工的关键是上游端的复产复工。他说：“企业的复工的意愿是很足的，但如果物流车在高速上空跑，这个费用比减免的高速路费高多了。”

对此，菜鸟向记者介绍，公司在2月11日就发布了辅助物流和供应链的15条措施。包括联合淘宝、天猫补贴10亿元，对出口物流进行特殊补贴，对商家入仓给予优惠、开放仓内共享就业岗位等，切实促进快递物流业和商家的复工复产。

(上接A1版)

二要紧盯市场。这段时间，市场变化比较复杂。要认真把握，根据市场需要的轻重缓急，妥善安排好各项生产经营工作。

三要紧盯资金链。确保资金链安全。要积极和政府、银行以及上下游企业沟通，预估疫情持续时限将给公司带来的困难程度，对公司收入及现金流的影响做出预判和预案。动员干部员工共克时艰。

企业要把这次疫情当作历练，怀着积极正面的心态，扎扎实实开展工作，最终化“危”为“机”。

## 新证券法实施 为上市公司划重点

记者：2019年12月28日，第十三届全国人大常委会第十五次会议审议通过了修订后的《中华人民共和国证券法》(以下简称新证券法)，于2020年3月1日起施行。本次证券法修订对一系列制度做出了系统修改和完善，您如何看待修订的意义以及影响？

宋志平：新证券法共有14章226条，新增“信息披露”和“投资者保护”

两章内容，作了较大调整完善。整个修订历时6年，可以说是对原证券法的一次全面大修。其中较为受关注的修订点，比如对证券发行制度的修改完善；大幅提高违法成本；系统完善投资者保护制度；强化信息披露要求；完善证券交易制度等，实施以后将对相关市场主体产生深远影响。

新证券法在系统总结证券市场实践经验的基础上进一步完善了证券市场基础制度，体现了市场化、法治化、国际化方向，为证券市场全面深化改革落实落地，提高上市公司质量，切实维护投资者合法权益提供了坚实的法治保障，具有非常重要而深远的意义。证券法是资本市场的基础性法律，新证券法正式实施，标志着中国资本市场发展进入了一个新的历史阶段。

记者：本次证券法修订有多处修改亮点和重点，引起社会各界广泛关注，您认为有哪些修订内容是上市公司重点关注的？

宋志平：从上市公司的角度，我觉得以下三点需要特别关注：一是新证券法新增“信息披露”

大了，信息披露的内容方面完善了对于“重大事件”的界定。还强调调查充分披露投资者作出价值判断和投资决策所必需的信息等。信息披露义务主体范围更广、标准更高、责任更重，压实了上市公司及相关主体的信息披露义务和责任。

二是加大对违反证券法监督法律行为的处罚力度，上市公司及关键少数人的违法违规成本将显著提高。对于欺诈发行、违规信息披露、内幕交易和短线交易等法律责任的规定，大幅提高了罚款金额上限，扩大监管范围，提高违法成本，以期最大限度地震慑违法主体。

三是对于投资者保护制度作出全新探索，督促上市公司更加重视投资者关系管理和投资者权益保护。新证券法建立了多项新制度，通过多元方式优化投资者救济途径。其中最重要的就是创设了证券代表人诉讼机制。证券代表人诉讼机制下，一旦胜诉，法院作出的判决裁定对参加登记的投资者同样发生法律效力，如果产生巨额赔偿，对上市公司及相关责任主体的震慑和影响将是巨大的。上市公司将面临更大的诉讼风险。

记者：您给我们解读新证券法划定了重点，这些变化对上市公司提出了什么新要求？

宋志平：上市公司要合规守法，理解和掌握新规定、新要求，强化法人治理规范，相应优化公司内部制度、健全内部机制，加强公司合规、风控以及董监高等公司内部人员的培训工作，避免因不知情、更新不及时、管理不到位等而出现不必要的违规，形成自我约束、自我规范、自我促进的机制。对于控股股东、实际控制人、董监高等少数关键人来讲，更要读懂证券法，掌握要求，约束好自己的行为，不断提升合规意识和诚信意识。

## 学新证券法树敬畏心 六方面提升经营质量

记者：我们知道一直以来对于提高上市公司质量您特别关注。您觉得本次证券法修订对提升提高上市公司质量有哪些积极的作用？

宋志平：没有高质量的上市公司，市场的发展就没有牢固的根基。这次《证券法》修订非常及时，对于提高上市公司质量必将起到积

极的促进作用。新证券法对于上市公司如何进一步规范运作进行了更为全面和完善的规定，我建议大家逐条学习，深入理解。中国上市公司协会今年也将在培训课程中增设新证券法解读。

在认真学习的基础上，大家还是要树立“敬畏之心”，要坚持“四个敬畏”，坚守“四条底线”，坚持本分经营。此外，还要在不断加强完善公司治理上下功夫，为科学决策和稳健发展提供机制保障。

记者：企业经济活动的重点工作，就是提升经营质量。在您看来，上市公司提升经营质量，具体该怎么做？

宋志平：高质量的上市公司肯定是经营优秀的公司。在提高经营质量方面，企业要做好以下几点：一是做大做强主业，减少和清理非主业投资；二是提高经营管理水平，积极开源节流，控制各类经营风险；三是进行有效创新，减少盲目创新；四是加大改革力度，建立激励机制；五是开展良性市场竞争，不进行恶性价格竞争；六是进行有机成长，重视内生式有机成长，企业的重组并购也要建立在服从战略和产生协同效益的有机重组基础上。

## 全聚德新掌门人周延龙：不能再错失发展机遇

■本报记者 向炎涛

出乎全聚德新任掌门人周延龙意料的是，这次疫情期间，外卖成为全聚德应对疫情最大的“法宝”。目前，全聚德全国近50家直营门店中，约75%已经恢复营业，以外卖形式为主。

周延龙2019年12月份正式出任全聚德总经理，在此之前，他是北京另一家老字号东来顺的总经理。上任之时，周延龙面对的是全聚德自2012年以来持续下滑的业绩，被业内解称为“临危受命”。上任不到两个月，受新冠肺炎疫情影响，全国餐饮业遭受重创。

面临业绩和疫情的双重挑战，周延龙如何“迎击”？“我现在所面临的很多问题是在东来顺10年的职业生涯中所没有遇到过的。疫情发生以来，我们面临着防控和复工复产的新问题和压力，但是我们不能乱。疫情过后，消费升温，整个市场复苏，全聚德不能再错过发展机遇了。”周延龙对《证券日报》记者如是说。

## 吸引年轻群体+本地消费群体

疫情对全聚德的影响是从年夜饭的退订开始初露端倪的。1月20日之后，随着各地开始对疫情进行严控，全聚德各大门店陆续接到年夜饭退订电话。“当时我们每天做专项统计，每天退订的数据几乎在以翻倍的速度增加。”周延龙说，最后数据显示，全聚德整个春节期间，年夜饭家宴的退订桌数超过4000家，损失较大。虽然复工以来，全聚德北京门店也开始发力外卖服务，并取得一定成绩，但周延龙每天更多思考的是，疫情过后，全聚德要怎样发展？

《证券日报》记者注意到，全聚德2017年上市之后迎来了一段发展的黄金期，随后业绩持续下滑，2019年度，公司实现营业收入15.66亿元，同比下降11.87%，实现归属于上市公司股东的净利润0.47亿元，同比下降35.40%。

“疫情是所有餐饮企业都面临的问题，但是说实话，业绩下滑是全聚德自身经营面临的问题。”周延龙看得很清楚，他说，要想保证利润，保证投资者的回报和资本市场公司价值的稳定，一定要先解决收入问题。

在周延龙看来，全聚德近年来的业绩下滑直接原因是人流、客流下降。“我觉得是两个缺失。一个是缺失我们对年轻消费者吸引力不足，另一个是对本地消费者的吸引力不足。”周延龙坦承，对于年轻消费者来说，老字号的文化特色、产品长处没有太多吸引力；而本地消费者则是理性消费、持续消费，选择余地大。

为了提升营业水平，周延龙用“三点一线”来解读他接下来的工作计划。“三点”指的是品牌、团队和产品，“一线”则是内部的运营和调整机制。从产品来看，未来菜品会更丰富，主力产品烤鸭会稍微收缩，而不是一家独大，会进行整个产品结构的调整。与此同时，门店形象也会进一步升级。产品的调性、价格调整之后，形成一个新的产品体系，再通过团队的调整，进一步支撑品牌建设。

从内部机制来看，周延龙认为，目前全聚德的很多操作机制、内部激励还可以更市场化，更高效及时。“比如考核，或许可以改变过去的年终考核机制，把月度季度的区间考核、销售成果与管理层薪酬挂钩，既然有病就早吃药，不一定要等到年底，否则容易形成员工的惰性，从而造成对市场反应的滞后。”周延龙表示，内部运营机制得接地气，符合餐饮市场的规律；下一步，全聚德会下力气尽快推出新的考核机制，先在个别门店尝试一些新的考核激励办法，进而推广到更多门店。

## 过去经验不可复制

周延龙执掌东来顺十年，他说，这十年让他学会做餐饮要回归消费者的本质。但东来顺的经验并不能直接复制到全聚德。全聚德更需要的是变换角度提高站位，看得更全一点，更远一点。

周延龙上任后，首先做了两件事：提振士气和提前发力。“刚接手的时候，确实面临业绩持续下滑问题，但是我们的团队骨干、技术力量都还在，并且相对稳定，更多的是士气方面缺乏。所以我们内部做了一些提振士气、完成冲刺的动员，明确经营指标、奋斗方向，去年年底大家表现还是不错的。”周延龙说，在去年12月31日，全聚德一个门店接下了近几年来最大的一个单，一个大企业企业的上千人正价团餐，几乎将整个门店包场。最后顾客反馈很满意，这在很大程度上鼓舞了全聚德员工的士气。

与此同时，由于2020年的春节比往年早了近半个月，周延龙提出把元旦、春节、元宵节三个节日串联起来，进行三级联动，贯穿整个一月和二月的销售发力，争取实现业绩开门红。为此，全聚德主动出击，提前做了很多市场营销活动进行提前预热。周延龙希望通过这些手段把消费者很多春节前的聚会比如年会、返乡人员放假前的聚会、家庭朋友间等聚会需求都抓住。“一直到1月20日之前，都是很好的势头，按照惯性下去，会迎来一个黄金周。”周延龙说。这两天动作确实也看到了效果，全聚德新发布的业绩快报经营业绩高于2019年三季报中对全年业绩预计的区间上限。全聚德表示，主要原因是经过第四季度公司抓紧餐饮门店经营，创新老字号特色产品，丰富、提升菜品和服务品质，使得餐饮收入降幅有所收窄，同时加大各项成本费用控制力度，由此整体归属于上市公司股东的净利润降幅较原预计有所下降。

“我们很多2020年正常的工作计划没有因为疫情而推迟，反而提速了。这段时间我们筹划错过了很多，很多问题想得更多了。疫情让大家错过了机会，但疫情过后，全聚德不能再错过机会了，再错过就没有机会了。希望大家能看到全聚德的改变。”周延龙最后说。