

加油站卖菜、车企造口罩…… 疫情“下半场”，跨界企业何去何从

“不下车,不开窗,三天量,一整箱,一键送到后备箱。”这段来自中石化“卖菜”的广告词,映射出当前如火如荼的跨界生产与经营场景。

疫情发生以来,不少企业开始跨界经营。据了解,目前国内已有3000多家企业宣布“跨界”,“口罩、防护服、消毒液、测温仪、医疗器械”等业务成为跨界热点。此外,受到冲击的餐饮等行业也在积极求变,采用“外卖”、半成品等方式展开自救。

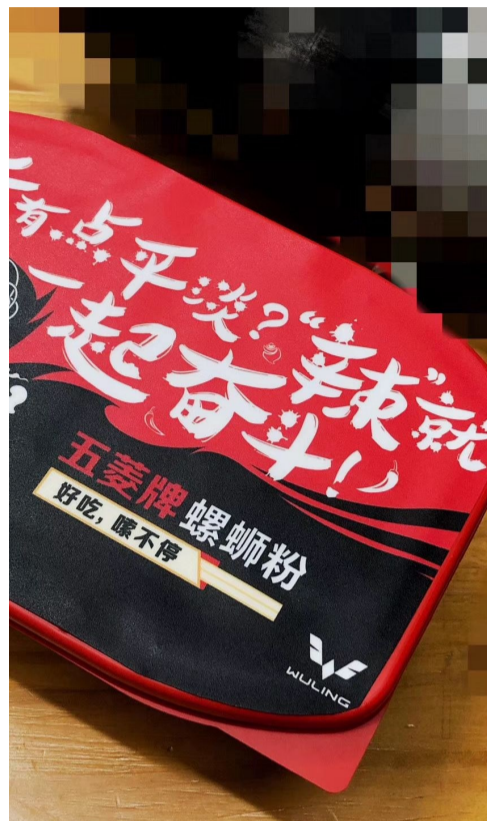
然而,随着疫情形势的变化,复工复产工作的推进,各行各业逐渐恢复正常,跨界企业迈出的步子是否收回来,还是继续往前走?跨界成本几何?效果如何?近日,记者进行了调查采访。



▲南昌卫东加油站销售粮油蔬菜等生活必需品(资料图)



▲上汽通用五菱公司员工加班加点生产口罩(资料图)



▲上汽通用五菱牌螺蛳粉

A 加油站里的菜还能卖多久?

“开车犯困,来杯98#易捷咖啡,顺便加个油。”提起这句广告词,中石化北京西便门加油站站长杜岩仍然觉得意犹未尽。这是去年中石化上演跨界卖咖啡时打出的广告,没想到如今加油站里又卖上菜了。

据了解,疫情发生以来,中石化北京石油已有450座加油站推出“安心买菜”业务,每天的蔬菜销售量在300箱左右,销量是起初的5倍。

中石油旗下易捷便利店生鲜业务月报显示,2月份全国共有30个公司、199个地市、6943座门店开展生鲜销售业务。累计销售29万份、754吨生鲜商品。

有生鲜业内人士评价,加油站跨界卖菜,作为疫情下特定的消费场景,很好满足了消费者的需求。然而,这种模式能持续多久,取决于其是否符合日常消费场景,以及消费者会不会养成加油站买菜的习惯。

从硬件方面来看,加油站并非以汽车穿梭取货为主导设计,站场内卖菜能否经得起车流高峰集中取货的考验,值得怀疑。

首都经济贸易大学教授陈立平表示,加油站卖菜作为疫情中的临时做法是可以肯定的,但从长期看很难持续。目前,国内便利店定位混乱,跨界生鲜不利于其发展。

还有分析认为,加油站跨界卖生鲜,主要意图在于引流而非利润,做生鲜增量核心还是帮助易捷引流,最终通过易捷便利其他商品来实现。

B 企业跨界造口罩图的是啥?

在记者采访过程中,易捷有关负责人表示,加油站推出“安心买菜”业务是为了解决“农民卖菜难、市民买菜难”的局面,并不是为了赚钱。战“疫”期间,这并非唯一不以营利为目的的项目。3月2日,国家发改委宣布我国口罩日产能连续快速增长,双双突破1亿只。为此贡献力量的国内企业已超过3000家,其中不少企业是跨界而来。

如果不是疫情,恐怕很多人难以想象:口罩和汽车两种毫不相干的产品,原来可以出自同一个工厂。汽车上的吸音棉与医用防护口罩的材质同属聚丙烯纤维无纺布;车企的无尘车间改造后即可达到无菌车间的生产要求……

2月8日,比亚迪立下“10天内出产品”的军令状,迈出了国内车企跨界造口罩的第一步。“人民需要什么,五菱就造什么。”从提出想法到口罩下线,上汽通用五菱仅用了3天,刷新了跨界造口罩的速度。

记者了解到,车企跨界脚步如此果决,并非为了卖口罩挣钱。广汽集团有关负责人表示,跨界成本其实很高,因造口罩的企业激增,口罩机短缺,一套生产设备从25万元涨到120万元左右。

除了支援防疫一线,车企跨界造口罩也是为自己复工复产做准备。比亚迪相关人士接受采访时表示:“我们也缺口罩啊,比亚迪跨界造口罩,与尽早恢复生产和销售也有关系,部分供应给内部的生产工人及零部件商、经销商等战略合作伙伴。”

C 外卖吃不够,餐饮业还想做电商?

民以食为天,此次疫情让“天”布满乌云。中国烹饪协会发布的报告显示,春节期间93%的餐饮企业关闭门店,年夜饭预订总量达到94%左右。根据恒大研究院数据,仅在春节假期7天内,疫情对餐饮业零售额造成的损失就高达5000亿元左右。

寒冬中,餐饮企业纷纷开启“绝地求生”模式。“外卖是餐饮企业公认的、最适用于现阶段自救方式。”一位餐饮企业负责人介绍,他们长期只做堂食,眼下虽已开展外卖业务,但收入却未达到预期。

“土货老火锅”位于重庆人气地标“洪崖洞”,这次疫情给创始人张伟带来的最大反思就是不要过分依赖线下经营。张伟说,推出火锅外卖后,企业现金流得到了缓解,目前的销售模式不仅仅是外卖,更多的是往内容电商的方向去转变。

有业内人士预测,疫情过后餐饮业将迎来大洗牌,中小连锁餐饮受冲击最大。美团问卷调查显示,已有15.3%的餐饮商户有明确的关店计划,可以毫不夸张地说,餐饮行业即将面临一波“闭店潮”。

“疫情是摆在餐饮从业者面前的一道考题,让我们看到了消费者在食品安全、溯源体系、消费方式方面的需求,倒逼我们成长。”山东省烹饪协会副会长刘文君表示,经此一“疫”,消费者将对就餐环境、食材来源、卫生状况等有更严格的要求,这将有助于餐饮业的健康发展。

延伸阅读

造完口罩造螺蛳粉 五菱汽车进入食品业

3月26日,记者从微博发现了一张上汽通用五菱牌螺蛳粉的照片,图中,一款类似自发热便携饭盒包装上写着“五菱牌螺蛳粉”五个大字。

相关数据统计五菱汽车此次出售的螺蛳粉,在一些知名网店销售量已达100多万单,累计评价超30万。

对此情况,五菱汽车回应,目前公司内部确实考虑涉足食品生产。

当然,做业务拓展的不止五菱汽车一家,比亚迪汽车公司已在2月5日,将其经营范围内新增了消毒液产品的研发、生产、销售等业务。而东风悦达起亚日前表示将于4月8日起正式量产KN95口罩。

至于为何诸多汽车制造商选择拓展业务范围,有业内人士表示,或许是因为受公共卫生事件的影响,车市变得十分困难,出现了库存积压的现象,诸多新车都被堆积在仓库,对企业的现金流造成了不良影响。

(据工人日报、人民网)

声明

我公司承建的华晨·山水印象1、2、3栋工程,项目实际负责人及唯一联系人肖肇。其他任何人员以本项目名义出具任何口头或书面承诺以及签署的任何文件、合同、协议等,我公司均不予认可,相关的一切责任由行为人自行承担,与我公司无关。特此声明。

湖南联合城市建设集团有限公司
2020年3月31日



▲建设中的清水塘大桥



生机建起来

▲新马工业园一项目建设现场,一名工人配合同事做水平标高测量

▲北环大道,工人们忙着吊装模板

▲奇点汽车项目,在高空作业的工人与巨大的钢梁构成了一幅壮观的画面

仲春三月,春风又绿江南岸。城市建设,处处是生机。这样的生机,在塔吊的轰鸣里,在一栋栋钢筋水泥的厂房中,在每一块工业土地之上。

在云龙大道(洞株路株洲段)快速化改造工程项目施工现场,焊工李师傅又开始了一天的忙碌,他要如期完成钢筋的焊接工作。作为省重点项目,该项目全长约13.98公里,双向六车道,预计今年建成使用。

春日里,江风还有些微寒。但建桥工人老陈习惯了这样的江风,他目前在清水塘大桥建设项目当工人,皮肤黝黑,笑声爽朗。如今,这座桥的22号主墩封底混凝土浇筑已完成,老陈便是参与者之一。“等桥建好后,我一定要开车在上面走走,自豪地告诉儿子,老爸也参与了这座桥的建设。”

火炬大道旁,樱花花期正好。新马工业园内,奇点汽车项目建设如这樱花一般,如霞似火。目前,项目总装车间钢结构部分封顶,电池车间也完成了基础施工。

天易科技城,映阶碧草自春色。株洲信息港项目工地上,工人们正全力以赴施工,追赶因疫情而落下的工程进度。相关部门帮忙接回在重庆的工人后,施工方能量满格。“患难见真情,越是困难的时候,越能看出一个地方对企业和项目的重视程度。”项目负责人说。(记者 王娜/文 谢慧/图)

▲高新区工业园区的项目建设工地挖土机轰鸣

▲白鹤潭溪小学建设如火如荼,今年9月将交付使用