

携程携手行业积极应对疫情挑战——

一起拼出旅游业“V”形复苏

经济日报·中国经济网记者 李治国

慧眼观企

“疫情给全球旅游业带来了巨大挑战。”携程董事会执行主席梁建章日前在谈及今年一季度业绩时表示：“国内旅游市场在2月份触底，此后一直保持稳定复苏态势。最近几周，由于我们及时开展产品创新活动，高星级酒店复苏程度明显超过其他业务。我们相信，随着疫情影响消退，旅游业将最终恢复并达到新的高度。”

历时3个月鏖战，国内旅游业走过漫长坎坷的“V字”谷底，终于迎来“花期”，国内多地游客信心指数大幅“回血”。来自携程大数据平台“旅行观察家”的调查显示，海南游客信心指数回升至90%，四川回升至82%，江西为80%，云南、深圳皆超过70%……从疫情暴发之初“退单像雪片一样压来”到旅游业复苏，携程正在努力与整个行业一起“拼出个好未来”。

艰难时刻

时至今日，阅读携程年初的“战疫时间表”，记者仍心惊胆战，那是怎样一个艰难时刻啊。

1月20日，携程内部在评估疫情影响后紧急启动SOS应急机制；1月21日，携程推出“武汉相关消费者无损退订”政策；1月22日，携程酒店连夜上线“安心取消保障”计划，携程CEO孙洁直接与希尔顿、香格里拉、万豪等几家头部酒店连锁品牌商谈，呼吁国内外酒店共同参与；火车票、机票免费退票服务也同步推进。那几日，携程机票日处理退票订单几乎每天都超过百万单，携程接线员全员24小时无休，硬是扛过了洪水般的退订潮……资料显示，携程2020年第一季度业绩净营业收入为47亿元，同比下降42%，环比下降43%。数据无情，显示了年初的步履维艰。

1月29日，携程启动“门店关怀计划”，对旗下8000家门店减免3个月管理费；随后又宣布，疫情大体结束后，对参与“安心取消保障”计划的酒店投入亿元级营销资源支持，并实施“酒店充电计划”；2月5日，宣布推出“同袍”计划，面向其平台上的机票、酒店、旅游度假等领域合作伙伴推出10项具体措施，投入10亿元合作伙伴支持基金和100亿元额度小微信贷。

既能同甘苦，更能共患难。疫情面前，携



“六一”儿童节期间，孩子们在携程游学举行的上海滴水湖亲子露营节上拔河。

(企业供图)

程显示出行业龙头企业的责任与担当。

回顾这一历程，孙洁说：“危机总会过去。携程有强大的资金储备，有实力渡过难关。未来，我们将继续提升服务、产品、技术及品牌形象，并与员工及合作伙伴一起积极应对挑战，引领中国旅游业蓬勃发展。”

“花式”复苏

在艰苦战“疫”的那段日子里，携程倡导平台上百万家供应商伙伴一同苦练内功，并免费开放了携程大学、携程酒店大学、携程旅游学院的2000门精品课程。

携程上海人民广场营业部负责人邢豪斌回忆说：“2月5日，2000门精品课程一开放，

我们所有工作人员就登录APP‘充电’，为疫情结束后的业务重启积蓄力量。”

3月5日，携程又推出了一项具有标志性的旅游业复苏计划。当天，携程召开线上发布会，宣布启动“旅游复兴V计划”。公司承诺，联合百余个旅游目的地以及众多行业品牌共同投入10亿元复苏基金，共促旅游消费，振兴后旅游经济。

孙洁在发布会上表示：“‘V’代表触底反弹，也象征着行业对未来的信心。今天，我们遇到了‘惊蛰’，春雷乍动。不过，这同时也意味着天气要回暖了，万物迎来生机。面对疫情，我们不能消极，更不能满足于被动应对。我们倡议全行业通过自己的努力制定当下及今后的精准策略，共同迎接旅游经济振兴的春天。”

也正是在此时，直播进入了梁建章的视野，善于捕捉机遇的他随即推出了“携程BOSS直播”项目。从3月份至今，梁建章一共做了10多场直播，不仅取得了超4亿元GMV的好成绩，还有助推了高星级酒店行业复苏。

在直播中，素有“学者型商人”之称的梁建章褪去了平日的低调，造型百变、妙语连珠，加上大幅度的价格优惠，一时间，“BOSS直播”风头强劲。

梁建章的直播间是“移动”的，每到一处总有一个固定行程——与当地政府会谈。第一站——海南，他与海南省省长沈晓明见面，双方签订了战略合作协议；第二站——贵州，他又与贵州省省长谌贻琴座谈，双方签约携手；第三站——浙江湖州，湖州市副市长闵云更是走进直播间……可以说，携程与各地旅游资源禀赋结成了紧密的命运共同体，将更好的产品用全新方式呈现在消费者面前。

“BOSS直播”将旅游产品品质提升到了新高度。梁建章对每一个打上“BOSS推荐”标签的酒店都有一份执念，选品近乎苛刻。在强势的细节把控下，产品质量与服务水平大幅提升，消费者认可度也不断提升。

随着疫情防控走向常态化，携程又站在了新的发展起点上。孙洁表示：“我们为整个团队在过去几个月时间里的努力感到自豪。公司在第一时间采取措施保障客户权益，并调整业务策略以应对疫情。疫情结束后，携程将成为一家更强大的公司。对此，我们很有信心。”



在“BOSS直播”第12场现场，梁建章(左)在老家河南尝试“云摆摊”。

(企业供图)

生意经

防疫是大考，工程同样是大考——

中铁二十一局交出满分答卷

本报记者 李琛奇 通讯员 张兰忠

3月4日，兰州单方量最大混凝土筏板浇筑完成；5月27日，甘肃最大规模城市商业综合体工程地下主体完工……疫情期间，由中铁二十一局承建的兰州中央商务区与轨道交通甘肃省政府站结合建设工程项目，防疫施工两不误，经受住了大考。

东西长约400米、南北宽约230米、总占地面积3.7万平方米、高度265米的兰州中央商务区与轨道交通甘肃省政府站结合建设工程项目，由地上47层框架主塔楼和钢筋混凝土结构裙楼以及3层地下室组成。

用5个月时间，在复杂地质条件下完成2232根钻孔桩施工，将一根根桩基嵌入地下32米的深度，难度可想而知。

项目工程部部长梁凯告诉记者，“降水”是第一步，也是最关键的一步。如果“降水”不到

位，桩基就很难成孔，且会对已经成孔的桩基造成影响，给后续超高层施工留下隐患。如果“降水”过位，则可能危及正在运营的地铁线路。“这个度非常重要，差一点都不行。”

负责生产的项目副经理夏长青清楚地记得，项目西区土方刚刚开挖时，曾经出现过一次险情。他们在例行监测过程中发现，由于基坑裸露时间较长，桩顶水平位移了2厘米至3厘米，钢锁发出异响，且出现局部变形。

预案紧急启动。在交管部门配合下，他们迅速疏散了现场人员及周边群众，并立即调集6台挖掘机、20辆土方车到达现场，为“反压堆载”赢得了宝贵时间。

夏长青回忆说，当时的情况非常复杂。第一，施工场地狭小，基坑边缘与防护围挡之间仅有2米距离。通过协商，他们在交警部门协

助下临时扩建了施工场地，并为大型施工运输车辆办理了市区通行证。第二，弃土运距过长。工程总计需要运送24.8万立方米弃土。从2019年6月份至今3月份，19台挖掘机同时作业，40多台渣土车循环忙碌，将一车车弃土拉运到20多公里外的青白石大狼沟弃土场。第三，工期异常紧张。受疫情影响，节后工人迟迟到不了岗，耽搁了45天工期。为兑现工期承诺，项目部逐一联系家在外地的劳务人员，并按照疫情防控要求租用客运大巴将大家安全接回工地，经过隔离后立即返岗。

项目经理陆超的“小家”距项目部这个“大家”只有15分钟路程。为随时掌握工程进展情况，他3个多月没有踏进家门一步；家在兰州的夏长青长时间回不了家，每当想儿子了，就只能通过电话听一听小家伙咿呀呀的学

语声；新分配来的5名大学生，在老师傅的带领下，身兼数职，既管测量，又管“放线”，同时还兼任当记录员、技术员……

“中铁二十一局是一支享有盛名的铁军，为兰州市经济发展作出了突出贡献……”业主单位兰州轨道交通公司总经理冯世川在封顶仪式的致辞，让参建人员喜极而泣。

疫情期间，防疫是大考，如何交出令人满意的工程答卷同样是大考。受疫情影响，从业主到监理再到建设管理部门，曾经有80%的同志认为，中铁二十一局不可能如期完成任务。面对各方质疑，项目部从内部挖潜入手，创新管理模式，采取一切办法调动参建员工的积极性。关键时刻，从集团公司领导到工程公司负责同志再到普通职工，大家加班加点，鏖战不休，提前4天圆满实现了既定封顶目标。

外企在中国

近年来，植物肉概念火爆。作为全球食品行业头部企业，美国嘉吉公司也推出了植物肉系列产品，并发布植物肉品牌“初食素启”，计划于6月底亮相中国市场。

不断在中国市场推陈出新展现了嘉吉积极融入中国市场的态度。早在3月初，嘉吉在中国的40余家工厂就已全部复工复产，目前大多接近满负荷运转。嘉吉中国区总裁刘军表示，中国是世界第二大经济体，发展潜力巨大。随着疫情在中国逐步得到控制，复工复产持续推进，经济活力逐渐恢复，消费市场趋于活跃，加之经济结构优化、营商环境改善，中国经济发展的积极因素正在增多。“嘉吉加大中国业务发展力度的决心和信心都没有受到影晌，新的创新项目与投资计划正在开展中。”

过去一年间，嘉吉在中国市场上的投资总额累计超过29亿元：2019年2月份，宣布在上海开设亚太地区首个个人护理研发应用实验室；2019年3月份，宣布投资超2亿元，在江西宜春启动饲料预混料项目；2019年4月份，宣布在吉林省松原市投资7.5亿元，为在当地运营多年的大型单体玉米精深加工工厂——嘉吉生化(吉林)有限公司扩能；2019年6月份，宣布投资3.38亿元扩建的安徽滁州动物蛋白深加工二期工厂正式投产；2019年12月份，宣布投资16.45亿元用于河北嘉好粮油二期扩建项目。

刘军表示，中国是嘉吉不可或缺的重要战略市场，在中国市场发展并取得成功对嘉吉至关重要。数据显示，2018至2019财年，亚太地区成为除北美地区外对嘉吉全球业绩贡献最大的市场，且中国在亚太地区市场中占有相当大的份额。嘉吉在中国的业务几乎涵盖了嘉吉全球所有业务单元，除生产及销售外，越来越多的研发中心和区域性业务共享中国也落户中国。

刘军表示，中国农业和食品行业市场空间巨大。嘉吉一直高度关注中国市场需求变化，并作出了一系列有针对性的调整与创新。

“受疫情影响，近期人们在饭店等场所的消费减少，外卖业务上扬。企业要根据这些变化调整供应链，及时满足消费者需求。”刘军说，“中国市场发展迅速，不断涌现出新的机遇。嘉吉一方面会将全球运营经验、技术积累等带到中国，另一方面也会不断向中国市场及企业学习，开展创新尝试，探索公司整体发展新的增长点。”

企事录

探迹科技推出“芒种行动”

打造智能销售生态

本报记者 庞彩霞

广州探迹科技有限公司日前宣布启动“芒种行动”，通过发挥探迹科技的技术优势和行业经验，帮助企业从传统销售模式向智能销售模式转型升级，携手客户共同打造开放共享的智能销售生态。

广州探迹科技有限公司联合创始人、高级产品总监黄俊强表示：“智能销售是一种利用大数据和人工智能全面赋能的销售模式，需要企业改变传统思维，从营销端、销售端、服务端拥抱数字化销售，从而实现组织与经营模式升级。”

“芒种行动”主要包括三大举措。首先，行动将为企业搭建两年专属成长计划，内容覆盖客户画像分析等基础性工作、销售团队的搭建与培训、订单高效转化以及信息化进阶等多方面；其次，将在全国各地建立100个“名企学习基地”，为各地企业搭建一个优化供应链、调整业务结构、提升企业管理能力的学习平台，帮助企业加快实现数字化转型；再次，将打造探迹优商培育体系，为企业提供高阶增值服务以及供应链整合机会，从团队管理、平台运营、影响力打造、资源整合等多个维度帮助企业成长、提升。

据了解，探迹科技成立于2016年，是国内领先的智能销售服务提供商。公司一直致力于利用大数据和人工智能全面提升企业销售效率，目前共服务超过4000家企业，其中既包括阿里巴巴、中国移动、浪潮等大型企业，也包括大量中小企业。

“智能销售要依靠技术支撑，也就是要利用好大数据和人工智能，这一直是探迹科技的优势所在。”黄俊强说，探迹科技通过不断挖掘、分析全网信息，已构建出覆盖全网超过1亿用户的全量企业知识图谱，并在此基础上结合NLP、机器学习算法等人工智能技术，为ToB企业提供从线索挖掘、商机触达、客户管理到成单分析的全流程智能销售服务。

“我们推出的智能销售云平台覆盖各行各业，拥有丰富的数据，还有高超的算法建模能力。这些对于销售来说，都是非常有价值的。同时，探迹智能销售云平台的数据高度融合，不仅打破了数据孤岛现象，而且还能释放出超乎想象的数据生产力。”

深耕中国市场决心不变

美国嘉吉公司：

本报记者 袁勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇

勇