

点书如点餐 北京 72 家书店入驻外卖平台

外卖平台也能选购精神食粮了!北京市和美团目前已就“实体书店+美团平台计划”达成产业协同框架协议,72家北京市实体书店成为第一批进驻美团平台的示范企业,美团平台则对这批书店给予免费入场、流量补贴等支持。这是记者3月5日从北京市市委宣传部获悉的消息。

政府八成线下书店平台已搭建 高效接洽后平台已搭建

北京市委宣传部组织的相关调研表明,受新冠疫情影响,八成线下书店没开门,高效接洽后平台已搭建。为增加收入,很多书店选择以线上活动留住读者,但线上活动没有盈利模式和实质收入,线下的餐饮、文创销售等盈利项目又无法开展。调研还显示,企业除了希望给予资金补贴扶持外,也希望政府能够协调资源,搭建平台,帮助书店拓展收益领域。

经过前期高效接洽与谈判,北京市和美团就“实体书店+美团平台计划”已达成协议,72家北京市实体书店成为第一批进驻美团平台的示范企业,其中既有北京发行集团所属的北京图书大厦等大综合性书城和新华书店中小门店,也有老字号品质书店如涵芬楼、三联韬奋书店,还有中信书店、钟书阁、全民畅读、建投书局、pageone北京坊店、言几又等“北京最美书店”,更有一批经营理念先进、选品特色突出的特色书店如小众书坊、码字人书店和雨枫书馆等。

平台免收入场费让利书店 只收4%+4元服务费

据介绍,为了此次合作,美团启动实

体书店外卖业务线,对书店免收入场费之外,还降低服务费,让利书店。美团方面表示,包括书店物流配送成本,以及兼容书店的文化、文具、餐饮等多元经营产品类别,均只收取4%+4元履约服务费(履约服务费相当于骑手配送服务费)。

书店入驻后,根据北京地区美团线上书店覆盖情况,美团还将启动包括在频道内显著位置集中展示、实行流量补贴等补助手段,让消费者“点书如点餐”,足不出户即可购书的同时,和书店共同搭建互利共赢的合作模式,努力将书店打造为美团新的重点业务板块,成为吸引客户和提供优质服务的新业务增长点。

书店pageone北京店: 尝试多做差异化产品

作为首批入驻美团平台的书店企业,pageone北京店总经理陈鹏5日接受记者采访时表示,他正在准备材料与注册过程中。在他看来,这是一个比较好的尝试,美团骑手可以将书店线上经营、图书配送扩大到每周3到5公里。他打算在美团平台上多做一些差异化产品,比如以外版图书精选为主,以避免和当当网、京东商城“撞车”。

谈到当下新冠疫情影响对pageone北京门店的影响,陈鹏介绍,影响最大的是pageone北京坊店——该店地处前门大街,在书店落地前可直接近距离地观赏到正阳门城楼,吸引了全国各地的游客进店阅读图书,“平时每日客流就达两三千人次,赶上春节、暑假,客流则上万,但是眼下每天客流却只有数十人”。至于其他两店,陈鹏说,pageone三里屯店上周日客流超过100人次,当日仅



图书文创销售额就接近1.9万元。“当日客流及该店整体销售额创下了春节以来的最高峰。”

陈鹏认为,新冠疫情影响下实体书店的线下影响还将持续一段时间,这时通过美团平台线上销售图书,可以在一定程度上缓解实体书店的生存困境和运营压力。此前,他已在线上做一些网络直播活动,包括跟跟博物馆平台合作,邀请学者线上讲述关于吴冠中的艺术欣赏,都取得了一个不错的艺术效果。

建投书局: 坚持上线传记类书籍

建投书局投资有限公司总经理林克忻则告诉记者,目前,建投书局在北京的两家门店已按美团的要求上传了入驻资料,现在在资料审核过程中。审核完毕后

就签署合同,合同基本上是制式合同,关键信息就是合作费率,待协议签署后就可以进行产品上架销售了。

“建投书局是传记主题书店,所以我们的线下影响还将持续一段时间,这时通过美团平台线上销售图书,可以在一定程度上缓解实体书店的生存困境和运营压力。此前,他已在线上做一些网络直播活动,包括跟跟博物馆平台合作,邀请学者线上讲述关于吴冠中的艺术欣赏,都取得了一个不错的艺术效果。”

据《北京青年报》

看! 大数据背后的“宅生活”

“宅在家里太久了,面对头顶这片草地,我只好自己下手了。”研究生小李在接受采访时说。

防疫期间,全国各地多数理发店并未复工,找不到理发师的人们开始网购理发器,尝试足不出户用自己的双手解决“头发长草”的问题。

据统计,近期拼多多平台理发器搜索次数同比增长410%,数十款理发器销量同比上涨290%。就连宠物剃毛器的销量较去年同期也有大幅提升。

虽然线下购物受影响,但线上购物迅速补位。防疫期间,打蛋器、瑜伽垫、速冻食品等一众“宅品”受到网友欢迎,理发、烹饪等“宅技能”也纷纷火了起来。

冷门商品异军突起

宅家生活带来特殊消费需求。除了理发器这种平日少有人问津的商品异军突起之外,许多商品也销量大增。

防护用品是防疫期间增长势头最为明显的产品。除了口罩,家家户户都在买消毒液、洗手液、酒精棉、一次性手套等防护用品。苏宁统计数据显示,威士84家居除菌液、滴露衣物除菌液及蓝月亮芦荟抑菌洗手液销量分别较2019年同期大增2561%、643%和1618%。

唯品会相关负责人说:“1月28日至2月4日,唯品会清酒类产品销售同比增长超10倍,其中消毒液同比增长879%;居家用品销售同比增长367.2%,其中紫外线消毒电器同比增长近300%;体温计、耳温枪等体温测量用品销售同比增长近20倍。”

食品中,速冻食品等品类线上销量飞速增长。防疫期间人们出行受限,自然想要囤积一些食品以备不时之需。于是,速冻水饺、猪肉羊肉、冻水果等食品的网购量迅速增长。京东提供的数据显示,近期速冻食品类比去年同期销售增长10倍,其中吴大娘水饺春节至今成交额较去年同期45倍。

不少人在家做饭次数明显增多,调料类商品销量上涨。美团近日发布的《2020春节宅经济大数据》显示,今年春节期间,葱姜蒜卖出了393万份,酱油醋、十三香等各式调味料的总销量也增长了8倍多。

“宅在家里,人们进行户外运动的机会大大减少,最好的运动方式变成了在家跑步或者做瑜伽。各类跑步机、健身板、瑜伽垫等健身器材的销量也直线上升。”

许多人满足于传统的娱乐方式,转而探索新技术引领的VR游戏模式,网购VR眼镜头盔和游戏手柄,以获得更加真实刺激的游戏体验。天猫国际上,体感游戏手柄的销量同比增长了4倍。

“无接触”服务受欢迎

防疫期间,“无接触”成为时髦用语。各大电商平台推出“无接触”配送服务,在保证安全的同时保障市场供应。

线上零售方面,苏宁充分利用全场景布局,依托线上苏宁易购平台,线下家乐福、苏宁小店等“1小时场景生活圈”的核心产品,为消费者实现手机下单1小时送货上门的极速服务。用户可通过苏宁易购APP进行下单,购买各类生活用品,写清楚物品送达的地点,即可自行领取,全程实现“无接触”服务。家乐福超市也推出升级服务,将服务范围扩展至家乐福门店以外生活圈10公里,使更多消费者可以享受“同城配”服务。

外卖方面,美团外卖推出“无接触”配送服务,还与丰巢联手,顾客可选择将外卖送至丰巢取货自取。根据美团外卖《无接触配送报告》,近期采用“无接触配送”的订单占到整体订单总量的80%以上。此外,百胜中国旗下的肯德基和必胜客以及喜茶、奈雪的茶也开启了类似服务。

出于防疫需要,不少餐厅取消堂食,通过打造“无接触餐厅”实现店内无接触就餐。中国饭店协会近日宣布与多家餐饮品牌联合落地首批“无接触餐厅”。在“无接触餐厅”,商家把专属点餐二维码贴在餐厅门外或大堂区域,消费者用手机扫码点餐,后厨完成餐品制作和打包。待餐品制作完成后,工作人员再将餐品送至固定取餐区域,消费者可以凭订单号自行领取。

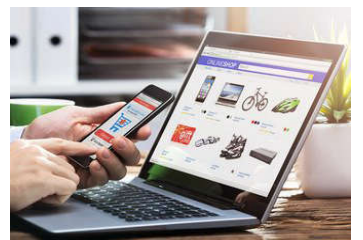
“宅生活”不乏味

“宅生活”丝毫没有打消人们对生活的热情,网购商品丰富居家生活的同时,也增进了家人之间的感情。

家住深圳宝安区的常先生从事IT行业,平时工作比较忙,在家只做一些简单的面条、炒饭填饱肚子。防疫期间,他从网上买了几斤牛排,从抖音网友的烹饪教程中汲取灵感,为家人做起了西餐。他说:“煎牛排搭配土豆泥、西兰花和圣女果做成的西式晚餐,家里人非常喜欢吃,我拍照后发到朋友圈让朋友们大吃一惊,一改大家心中IT男的形象。”不少市民还学会了新手艺。家住北京海淀区的张先生在网上买了一把电动剃头刀,准备给父亲理个发。他说:“小时候住在胡同里,看到街边穿白褂的剃头师傅用推子剃头,以为挺容易的,没想到这么难。”虽然剃头的发型不尽如人意,但张先生的孝心却感动了父亲。

人们也通过拍摄短视频记录网购给“宅生活”带来的精彩。抖音与快手短视频平台最火爆的就是“宅技能”视频。用户纷纷拍摄自己做饭的场景,展现积极的生活态度。“炸鸡逼腾”“电饭煲蛋糕”“馒头披萨”等各种各样的新鲜烹饪都被网友记录下来,与大家分享。

据新华网



深度阅读 HENDUYUEDU

数字化“战疫”之：有温度的工业互联网平台

此次新冠肺炎疫情发生以来,我国在应急医疗、公众健康、疫情防控与复工复产等方面都经历了全方位的考验。在这次战疫过程中,以新一代信息技术和互联网为代表的数字化手段起到了不可替代的作用。其中工业互联网平台作为工业数字化升级的新型基础设施,更体现了独特而广泛的价值。工业互联网平台实现了从物与物到企业与企业、人与人之间的全面互联,不仅有效支撑了工业的应急与复工,同时在健康防护、就业促进、物资保障等方面有效支撑了民生需求。工业互联网平台超越了机器与产线的“物”的局限,成为有温度、有担当的“人”的平台,体现了平台的人本主义和社会价值及意义。

疫情期间民生需求痛点

一是防疫供需脱节,影响社会健康安全。

防疫供需脱节问题在这次疫情中体现较为明显。在供应侧,紧急医疗防护用品产能不足,物资捐赠通道不畅等,限制了物资的供应;在需求侧,则出现需求信息传递不畅、急需者难以及时获得抗疫物资等问题,影响了全社会的抗疫工作效率。对民众健康安全造成风险。核心问题在于,缺乏信息汇集和分发的有效手段,难以实现防疫物资、信息及有效服务的及时对接和撮合。

二是招工供需脱节,影响企业稳定。

疫情期间人员流动受限造成招工供需脱节,并且可能延续到疫情后,求职者获得复工企业的招工需求信息,用工企业也获得可上岗工人的来源和条件信息,尤其造成制造业中小企业招工难、工人求职难等供需矛盾,影响就业市场的稳定。如何让招工和求职的供需有效对接,结合健康认证等必要的手段,成为防疫与复工复产有序推进的关键。

三是生产链条脱节,影响企业生存和经济恢复。

对员工进行职业技能培训。另一方面在复工复产过程中兼顾疫情防控需要,人员有限情况下能对关键生产设备进行远程诊断,并从局部开始恢复生产能力。这就需要制造业企业具备足够的数字化能力,能够远程开展生产建设和产能恢复工作。

工业互联网平台的支撑协同

一是工业互联网平台汇聚医疗资源与技术,支持公众健康防护和社会安全保障。

在广大医护人员不顧身家投身战疫一线之际,工业互联网平台企业在发挥其在信息汇集发布、资源优化调度、大数据与人工智能技术等方面各自的优势,互为支撑、协作协同,助力公众健康防护与疫情防控工作。

在健康资源查询、医疗物资供需对接方面,中国信息通信研究院、腾讯、海尔、航天云网等多家工业互联网平台企业与研究院所基于平台信息撮合传播与知识管理能够快速开发上线了多种资源协同应用,覆盖了数字健康资源资源供给、医疗物资供需对接等多样化需求。

在公众健康防护与便民服务方面,腾讯、百度、阿里等多家平台企业推出健康码解决方案。其中国家信息中心和腾讯公司共同推出的方案可面向全国基层社区提供社区人员登记、复工复产登记、健康自查上报、疫情线索举报、发热门诊查询、口罩预约购买、医疗物资捐赠等多类服务,已经在100多个城市的部分社区开始使用。针对疫情期间医疗资源紧张、人民群众有健康问题不便出门去医院就医的难点,腾讯基于微信推出在线问诊和医院查询服务。腾讯医典上线“新型肺炎”词条内容,由26位权威专家共同编撰,涵盖从症状、病因到就医、预防等结构化知识,让大众能及时了解疫情最新进展和科学防疫知识。

在信息技术支持方面,人工智能技术等新型信息技术广泛应用到了疫情管控技术短板补齐当中。人工智能技术在工业领域广泛应用于质量检测、故障诊断与知识管理等场景中,工

工业互联网平台上积累了成熟的AI技术中台与算法库。腾讯、海尔等工业互联网平台企业基于平台的成熟算法和算力,助力CT辅助检测、病毒基因测序等工作。腾讯提供的可移动人工智能CT装备部署到武汉协和西院、武汉日海方舱医院、洪湖市人民医院。其搭载的“腾讯觅影”AI辅助诊断新冠肺炎解决方案,可以在患者CT检查后生成完成AI判定,并在1分钟内为患者提供辅助诊断参考。AI参与提供诊断参考,能帮助医生把检查效率提高数倍,让患者得到更及时的诊疗。

二是工业互联网平台搭载在线教育培训模块,助力企业招工用工与产教融合。

新冠肺炎疫情发生以来,工业互联网平台企业纷纷基于产教融合服务平台,面向工业从业人员推出了各种免费在线教育与培训与公益直播等产教融合活动。

在线上教育培训方面,工业互联网平台企业面向制造业企业的需求,构建了有针对性的在线职业教育平台。腾讯联合合作伙伴打造的在线职业教育平台根据制造业职业教育特点,平台具备评测、学习、联系、考试多个功能环节并形成闭环管理,同时提供课程库、题库、题库、人才库等供管理人员实现动态管理及数据分析。平台具备的实操培训、数据实操考试、AI随机生成故障案例等特色功能,使学员最大限度地接近实际工作环境,缩短学员从培训到实际工作的过渡时间。

在教育内容制作与传播方面,工业互联网平台的专家社区资源与泛在连接能力保证了在线教育培训的内容质量和高效传播。疫情期间,基于工业互联网平台的专业社区,来自产学研用各个方面的专家快速组织了覆盖智能制造、工业互联网等当前热门领域的高质量的教学资源。在线教育课程的课程信息通过微信群、朋友圈等社交工具和平台的垂直社区进行裂变式传播与精准覆盖。工业互联网平台企业的运营管理团队具备丰富运营实战

经验,起到了很好的支撑作用。

三是工业互联网平台发挥协同作用,保障和加速企业复工复产。

工业互联网平台基于强大的计算、网络、音视频等基础技术底座,提供了丰富的网络化协同解决方案。华为、腾讯等平台企业推出了协同办公、远程运维、设备健康管理等解决方案,帮助制造业企业低成本、快速实现协同办公和远程运维诊断。并且在疫情期间优势进行了一定程度的切换和协同。用户为本,在公众健康个人防护、面向各行各业的产教融合方面做出了自己的贡献;科技向善,以担当之势、专业之力、共享之心、科技之能,汇聚数字化战疫正能量。

同时此次应急响应也为工业互联网平台的进一步丰富提供了参考实践。第一,疫情期间在线教育与实践,能够指导工业互联网平台进一步完善线上公共服务体系,以在线职业教育、工业互联网等创新方式,更好地配合新工科教育和企业职业技能培训的开展。第二,丰富工业互联网平台的远程运维、远程诊断、协同办公等解决方案,帮助企业进一步提升数字化建设水平。第三,夯实工业互联网平台人工智能服务能力,提升应用场景覆盖度。加强技术中台与算法资源的积累,并实现灵活组装与迁移。除了疫情期间的CT诊断外,覆盖缺陷检测、良率提升等更多场景。第四,提升工业互联网平台产业协同能力。在加强信息传递、供需撮合等能力的基础上,创新利用技术手段实现数据流、资金流的深度协同。

据新华网