

「世界工厂」还好吗

疫情下的中国制造

新华社北京 3 月 26 日电（记者张辛欣）突如其来的疫情让很多领域都受到影响。中国制造也经历了不少波动。

一边是大量企业迅速转产、复工复产的“硬核”操作，一边也有部分企业难以达产，存在订单交付的风险。随着海外疫情的蔓延，不少外向型制造企业感到压力。

疫情之下，“世界工厂”还好吗？

订单情况怎样？

数码印花机智能印染，机械手有序衔接……宁波申洲国际园区厂房内，一件件服装“整装待发”。

申洲为耐克、阿迪达斯等众多知名品牌做代工，是国内最大的服装加工制造企业。疫情发生以来，凭借从纱线、面料、辅料到制衣全供应链的“硬核”掌控能力，申洲有序复产，目前产能已完全恢复，宁波工厂日产服装达 80 万件。公司董事长马建荣说，订单交付没有问题，接单并没有缩减。

在中国制造庞大的“阵营”中，一些企业凭借供应链的掌控力迅速达产，化解风险。也有一些行业、企业面临着不小的压力。

2019 年 12 月，我国制造业新订单指数为 51.2%；2020 年 1 月为 51.4%；2 月，这一数字明显回落。一边是前期订单的交付，一边是新增订单的把握，企业要复工，更要满产、达产。

记者在调研中发现，一些龙头制造企业，受国外部分门店关闭影响，订单出现延期风险；国内中小企业，特别是外向型中小制造企业则更多面临来自供应链的压力。

湖北是全球重要的汽车零部件生产供应基地，湖北一度停工让不少整车企业感到压力。据不完全统计，多家汽车企业部分车型生产线受到影响。

“我们组织梳理了国内 7000 余家全球产业链核心配套中小企业，联合相关地方、部门重点服务，全力推进，也在积极寻找可替代供应商。”工信部有关负责人说。

复产复工有序有力推进，随着产业链各个环节逐步打通，困难正逐步解决。

公开数据显示，目前全国除湖北外的规上工业企业平均开工率超 95%，中小企业开工率约 60%。截至 3 月 12 日，除湖北外，全国六成的制造业重点外资企业复产率达 70% 以上。

“3 月以来，外资企业在华生产经营逐步正常，订单完成情况在好转，企业信心在恢复。”国家发改委外资司副司长吴红亮说。

是否会带来产业转移？

有外媒报道，疫情对我国全产业链产生影响。疫情发生后，也有声音开始担心，企业会加速将工厂迁移到海外。

“疫情的影响主要是生产的临时受挫或延迟，中国制造的生产能力没有受到破坏。不能因短时个别订单转移而简单下结论。”工信部赛迪研究院政策法规研究所所长梁群说。

不可否认，近年来，一些国际品牌、本土制造企业等选择在东南亚建厂，这是企业从自身考量的多元化布局，不能简单理解为转移。

专家认为，制造业是一个体系，多个环节纵横交错。这种体系的复杂性决定了在一个国家和地区建立供应链需要很长时间，而一旦建立起来就具有黏性。中国制造长期积累而成的基础不会因短时波动受到影响。

全球每卖 4 件泳衣就有 1 件产自辽宁兴城，河南稍岗镇生产了全世界超过一半的钢卷尺，“皮革之乡”海宁、“国际袜都”大唐……在中国经济版图中，有不少看似“不起眼”的制造业小城，它们作为供应链体系中的一个个节点，共同撑起了中国制造。

中国是全球生产体系的重要部分，也是很多全球供应链的中心。把一家工厂转走也许不难，但把生态体系转走却绝非易事。

多位大型制造企业负责人均表示，在供应链的配套以及生产的协同和效率上，东南亚和国内仍有较大差距。虽然疫情会带来影响，但其他国家和地区并不会因此而具备承接制造生态的能力。

此外，中国也是众多商品的最大消费国，市场的需求在，就会孕育更多生机。

疫情带来哪些启示？

一场疫情如同一次大考。经受了压力与挑战，中国制造也在反思。

供应链的安全至关重要。随着国际分工不断深化，全球供应链体系不断扩展，供应链能否处于优势地位是衡量一国竞争力的重要指标。

疫情发生以来，国内众多服装、电子、汽车企业能够迅速转产口罩，靠的是稳定而灵活的供应链。未来更好应对风险挑战，抓住机遇，也需要强大的供应链。

“我们牵头组建产业链协同复工复产工作组，就是为了保障供应链的稳定复产。”工信部副部长辛国斌说。

记者从工信部获悉，工信部正从提升供应链安全、产业安全的角度，制定相应的政策，着力保障重要原材料、零部件和主要设备供给，推动协同发展，维护全球供应链安全和稳定。

数字化转型迫在眉睫。“疫情会‘逼迫’一些企业提升风险意识，更加注重练内功。”联想集团董事长兼 CEO 杨元庆说，建立科学的决策机制与流程，加大企业运营的信息化与数字化，坚定走智能制造路线是不二选择。

近期，中央和相关地方有关恢复经济发展的一系列政策中，“新型基础设施建设”一词频繁出现。工信部发布关于推动 5G 加快发展的通知，提速 5G 网络建设，培育新型生态。

一系列旨在发力于科技前端、筑牢数字基础的举措，目的就是通过数字化为高质量发展提供新动能。

制造与消费、金融等各环节紧密相关。确保制造业的稳定发展，经济社会各环节也要协同。

加大“新基建”的同时，国家发展改革委等 23 个部门近日联合印发《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，特别提出构建“智能+”消费生态体系，促进产业和消费双升级。

“筑牢基础、畅通循环、加强融合，中国制造方能注入更多力量。”中国信息通信研究院政策与经济研究所所长辛勇飞说。

测温头“测”量新市场 鲜水果“线”开新天地 闭关期“逼”出新产品 复工复产：贵州中小企业抗疫中寻机

新华社贵阳 3 月 26 日电（记者王新明、潘德鑫、郑明鸿、肖艳）春天是耕耘的季节，尽管疫情形势依然严峻，铺天盖地的中小企业在政策活水浇灌下，舒展筋骨、奋力复苏。在贵州，有这样一些企业，他们或是灵“机”一动，或是随“机”应变，各展所长捕捉“疫”线生机。

测温头“测”量新市场

一个突发奇想，让洪胜旗怎么也没想到，竟为公司打开一片新市场。洪胜旗是贵州金指纹集团董事长，受疫情影响，这家以生产指纹锁为主的企业压力大增。

“锁连着房，房地产交易下滑，指纹锁业务也在下滑，近期已经有一家业内领跑企业倒闭了。”洪胜旗说，他也在琢磨如何突围，但一直没有找到方向。

有一次，回家休息的洪胜旗发现：进出小区每次都要测量体温，费时又费力。“为什么不在门上装个测温头，那样几秒钟不就能解决问题了？”

洪胜旗马上安排研发部门在门禁上安装红外测温头，经过反复调试，一个具备测温功能的门禁新产品被研发出来。

产品一上市就供不应求，学校、银行、商场

等纷纷发来订单。“短短十几天，订单 500 多台，已经安装近 300 台，每天还在不停接到订购电话。”贵州金指纹集团副总经理朱灶炎说。

发现“新蓝海”的洪胜旗又有了很多新想法：把测温功能加到更多产品上，研发新产品供应市场；提升公司大数据平台功能，为客户提供更优质、更便捷的服务。

“原来是追着别人要订单，现在是订单主动送上门，这确实是我没有想到的。”洪胜旗很自豪。

鲜水果“线”开新天地

今年春节刚过，66 岁的蕉农张贵东坐在家里犯起了愁。种了一辈子香蕉的他，下不了地、出不了村，部分香蕉烂在地里。

“没有销路，七八十亩香蕉卖不掉砸在手里，承受不起啊。”张贵东说。

张贵东家住贵州省黔东南苗族侗族自治州安龙县栖凤街道办事处者贵村，香蕉是村民们的主要收入来源。往年村民坐在家等着客商来收，今年客商进不来，香蕉卖不出去，大家都犯了难。

“一边是大量线上需求，一边是香蕉卖不出去。外商进不来，只能靠电商，我们决定再

难也要干，不让香蕉烂在地里。”贵州省万物鲜农业科技公司负责人雷明说，在政府的帮助下，他们收购香蕉后在京东等平台上销售，链接供给与需求。

“开始时口罩、消毒液紧缺，村子防控严、不让进，政府不仅帮我们协调防疫物资，还帮我们协调进村收购香蕉。”忆起进村经历，雷明很感慨。

短短几十天，在政府部门协调帮助下，万物鲜公司以每斤至少 1 元的价格收购香蕉 100 万斤以上进行网上销售，黔西南糯米蕉还曾登上京东新鲜水果销售榜第一位。

“价格比我们原来自己卖的高，收入也高了。”张贵东说。

为了保证香蕉品质品相，公司对采摘、运输等都有严格要求。比如，香蕉从树上砍下来后，蕉农要用毯子包着运回家。

“线下不够线上来补，香蕉卖出去，不仅蕉农有收益，企业也有收获。”雷明说。

闭关期“逼”出新产品

旅游业是此次疫情冲击较大的行业之一。“本打算年后就开业，疫情一来，只能推迟。原来觉得是损失，现在看来也是一个机

会，可以静下心来好好打磨我们的产品。”贵州安旅旅游发展有限公司总经理夏伟杰说。

说着，夏伟杰打开开花江大峡谷开发规划图，逐个介绍景点、开发进度：“那里山奇水秀、民风淳朴，还有坝陵河大桥，一路走过去，到处是风景。”

夏伟杰说，花江大峡谷距离黄果树很近，每年有几百万人到黄果树旅游，背靠大“树”好乘凉，花江大峡谷游客资源就在“家门口”，不用东奔西跑。

经过近期思考、讨论，夏伟杰和同事们认为，“体验感”是旅游产品的核心，不能让游客只是看山看水。

“关岭土地破碎，过去为了生存群众坡改梯，后来又退耕还林，这个过程可以让游客身临其境体验。另外，还可以体验当地特色养殖、民族工艺等。我们会增加体验感强的产品，让游客在‘慢游’中有更多体验和收获。”夏伟杰说。

3 月 25 日，贵州省发布通知决定恢复已备案的旅游景区和公园等。“争取抢在‘五一’假期开业，如果条件不成熟就在 7 月份正式营业。”夏伟杰对未来发展很有信心：“好饭不怕晚，我们做好了准备。”



▲ 3 月 26 日，塔吊工张吉明在湖北广电传媒基地工程长江文创产业园项目工地操作塔吊机（无人机照片）。

湖北广电传媒基地工程 3 月 25 日正式复工，目前已有 400 余名管理人员和劳务工人顺利重返工地，未来一周还将有超过 500 名工人分批返岗。该工程是我国中部地区首个国家级广播影视媒体基地。3 月 25 日，经过严格审核，工程复工申请获得武汉市东湖高新区疫情防控指挥部批复。

新华社记者程敏摄

武汉东湖高新区首批建筑项目复工

新华社上海 3 月 26 日电（记者周蕊、孙青）“老字号”主动与“新零售”擦出火花，“买买买”模式重新开启，“云直播”“云走秀”“首店经济”发力，上海商业正在进入新一轮春。

当“老字号”遇上“新零售”

排起长长的队伍购买熟食和青团，相互之间自觉保持一定的距离，大部分居民主动使用移动支付……淮海路上“排队第一长”的“老字号”光明邨大酒家门前恢复了热闹的景象。

走近一看，店内配置了消毒洗手液，就餐时提供公勺公筷，外带窗口出现了不少“硬菜”的身影，让居民吃得安全又放心。

“我们积极转型和试水新零售，疫情是其中的一个促动因素，让我们把一些正在规划中的新尝试时间提前了。”光明邨大酒家党支部书记、经理项开宇介绍，酒家计划将传统的每月开启一次线下预订，调整为线上线下联合预订，下一步，消费者可以通过微信公众号的线上订餐系统实现订座，目前这一系统正在内部运营测试中。

同样是知名“老字号”的新雅粤菜馆门前，排队购买“网红青团”的队伍是南京路上的一景，大喇叭里工作人员不断提醒居民耐心等待、建议保持间距。

新雅粤菜馆行政总厨黄任康介绍，疫情下，餐厅首次尝试了团餐服务，通过与互联网订餐平台合作，在这里每天都能通过无接触外卖服务为白领提供数百份的团餐。

更多的“老字号”正在“各出奇招”。“百年老店”邵万生推出了配有烹饪说明的定制套餐，方便居民在家快速烧制美味的烧腊味煲仔饭、腌笃鲜等“大菜”。杏花楼则积极转向网上销售青团等时令商品，目前，整个青团季销量已经超越同期，特别是网上销售，已增长 341%。

“买买买”模式重新启动

买化妆品、买鞋、买衣服、买玩具……上海的“买买买”模式正在逐步恢复。南京路上的乐高旗舰店、苹果旗舰店里人流络绎不绝，新天地、建业里、大虹桥的“网红店”重现“排队模式”，外资品牌依然对中国信心满满。

中国新天地商业总监陈纯介绍，3 月上旬，在企业逐渐复工的带动下，虹桥天地整体营业额环比 2 月上旬提升了 369%，餐饮及零售业态营业额恢复趋势均非常显著。截至 3 月 20 日，商场开业率已近 90%，营业时间也已恢复至疫情前。

以夜间经济闻名的新天地方面介绍，目前区域内超过九成的商户已恢复营业，开放式街区晚上营业时间已到 23 点。

更多的外资品牌对拓展中国市场信心满满。3 月初，英国品牌纪娜梵在上海外滩的全球首家珠宝鞋概念店正式复市。纪娜梵首席执行官辜承峰说，考虑到疫情对消费者到店体验带来的影响，品牌积极拓展线上销售渠道，希望由此进一步打开中国市场的大门。“商场里已经可以明显感觉到人流的增加和商业气息的恢复，一季度可能有各种困难，但是我们相信很快会迎来消费回温。”

“云直播”“云走秀”“首店经济”上海商业进入新一春

柜台前开启直播模式，把化妆品专柜“搬”到你的手机里，高大上的秀场走上“云端”，在家就能同步下单买同款，首店、新店持续开出，新品牌新业态不断涌现，上海的商业还在开启“未来模式”。

南京路上知名百货新世界大丸百货的兰蔻柜台前，主播正在对春季新品进行讲解，向在直播页面下单的消费者提供与商场同步的优惠。

新世界大丸百货电商管理部经理马牧介绍，“直播带货”让消费者足不出户也能“买买买”，配合商场“三八节”“白色情人节”等活动的力度，其中一场直播吸引了超过 12 万人次观看，两天就实现了 188 万元的线上销售。“第一步我们主要以化妆品和护肤品为主，下一步我们会更多地引入服装、轻奢品牌等专场。”

上海时装周秀场前排坐的都是谁？这一次，是拿着手机看直播的消费者。24 日，“上海时装周特别呈现——天猫云上时装周”拉开帷幕，150 多个品牌实现“云看秀+云直播+云逛街”，开辟了疫情下时尚产业的全新运营模式。

“疫情加速了我们探寻时尚产业的转型发展之路。”上海时装周组委会副秘书长吕晓磊说。通过新天地天猫旗舰店，消费者还可以“即秀即看即买”，在上海中心区域实现同城两小时达“时尚速递”。

南京东路即将引入 24 小时营业的核心商业体，沃尔玛旗下山姆会员商店将在上海开出中国首家旗舰店，开市客在上海开工启动中国大陆第 2 家门店建设……更多的“买买买”惊喜正在规划中，等待着惊艳消费者。

热闹路又热闹起来了

熙熙攘攘的人群，川流不息的小推车，此起彼伏的叫卖声——在沈阳，热闹路又热闹起来了。

热闹路之所以热闹，主要是因为这条路上坐落着五爱市场——这是东北最大的服装鞋帽等日用品的批发市场，聚集着数万名商户，远近闻名，有着几十年历史。

“我家 8 个人都忙不过来，就这款卫衣最多的一天能卖 1000 件”，五爱市场服装城一楼一家店铺的周老板理货忙得头都抬不起来，顺手给记者扔过来一件米色的女装。

“这是今年新款，一件 100 元，最近卖得特别火”，她从提货单上撕下一页递给记者说，“上面有我电话、微信，想订货赶紧！”

五爱市场靠服装批发起家，服装也是市场繁荣程度的一支晴雨表。记者 25 日上午在服装城看到，有不少消费者在选购，来批发提货的商贩也不少，运货的手推车穿梭不停，边走边吆喝：让一让啊，让一让。

记者从周老板那里了解到，往年春节一过五爱市场就正常营业了，今年受疫情影响停了一段时间，全面恢复正常营业不过半个多月。虽然现在行情照往年还差不少，但人气一天天涨上来了，生意也好了不少。

临近中午，逛市场的人多起来了，入口处扫码测温不可或缺。市场门前，五六辆出租车在排队等客，公交站等车的乘客大包小裹，各种卖小食品的摊贩们也忙得不亦乐乎。

以五爱市场为中心，热闹路东行不远就是沈阳故宫和中街商圈。从 3 月 17 日开始，沈阳故宫重新开门迎客。沿着热闹路西行，街边的餐馆、店铺大多已经开门。一家档口金黄的油条刚刚出锅，香味四溢。

热闹路又热闹起来了，这是沈阳变化的一个缩影。（记者徐扬、于也童）

新华社沈阳 3 月 26 日电