

# 疫情下，多国小企业各出奇招坚强“自救”

■本报记者 刘畅

疫情冲击下，你是否还光顾那些经常光顾的酒吧、餐馆、蛋糕店？当前，许多小企业面临的形势虽然严峻，但人的创造力是无穷的。世界上有一些小企业正在用智慧坚强地“自救”，同时向顾客和身边的传递信心与希望，一起迎接春天的到来。

## 莫斯科：酒吧开启“云喝酒”助居家族减压

正常的情绪宣泄有助于疫情期间的心理健康。以前，难免有点烦心事的上班族们会选择下班后到小酒馆喝两杯、聊聊天。但在疫情期间，情绪宣泄的通道因酒吧关闭、居家办公而被堵住了。

怎么办？俄罗斯首都莫斯科的一家名叫“智力”的酒吧近期想出一记妙招：开启线上“云喝酒”模式。具体来说，就是在酒馆的社交媒体“电报”(Telegram)频道中开放“云房间”，大家输入验证码后进入，每个“房间”可容纳4至12人。

《透视俄罗斯》(Russia Beyond)杂志称，线上酒吧取名“宅家吧”，网友们宅家工作一天后，随手从酒柜里拿出一瓶啤酒或一杯威士忌，进入房间天南地北地聊一会儿，缓解疲惫。

有趣的是，俄罗斯的酒桌文化和“冷幽默”并没有因为到了线上就失去魅力。《透视俄罗斯》报道称，俄罗斯人素有“祝酒词”的传统，聚到一张桌上的每个人都要轮流祝酒。“这个美好的传统在线上依旧不可省略，大家祝愿疫情早点过去，对着屏幕干杯。”

把酒桌搬到网上，还无意间扩大了酒吧的“业务范围”。“线下基本上是本地人，现在却非常‘国际’。”报道说。有些“云房间”开启了纯英文模式，让同样身处隔离中的欧洲人、美国人、澳大利亚人一道进来喝酒聊天。“大家交流各自国家的疫情，互相吐槽抢购卫生纸或鱼肉罐头的囧事，在笑声中排解压力。”

## 东京：餐厅转型独立办公室方便远程办公

日本经济新闻日前的一项调查显示，约半数日企员工已经居家办公一个月。只是没想到，原本很多人梦寐以求的办公方式，真正体验起来却是叫苦不迭。怎么回事呢？

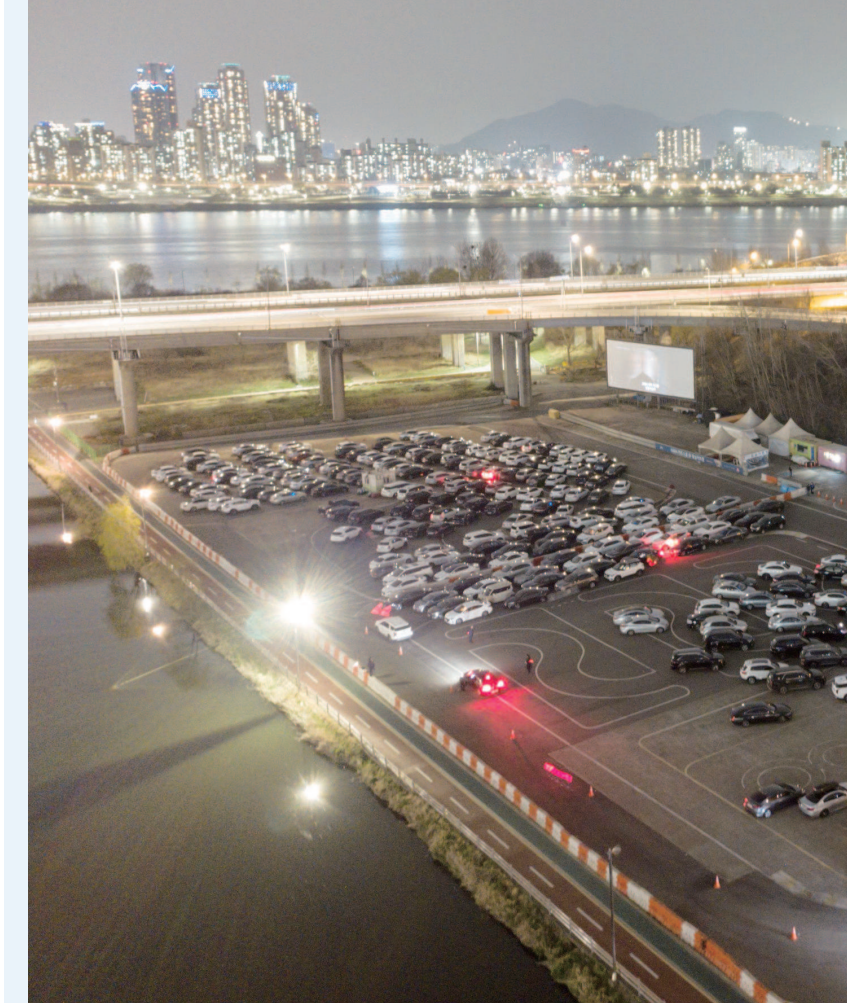
有研究发现，居家办公的同时，还衍生出一种叫作“居家办公综合症”的副产品，基本“症状”是作息不规律导致腰酸背痛、情绪低落。更有甚者，碰上和家人同住或孩子的学

## 编者按

随着新冠肺炎疫情在全球蔓延，其对各国经济的影响也逐渐显现。如何在做好疫情防控的同时，推进经济社会发展，成为全球各国和企业面临的新难题。

疫情中，不少企业停工停产，但数字经济却迸发出活力。美国亚马逊公司的网购订单激增，不得不宣布扩招10万名员工，并给工人数次加薪；学校停课，在线教育行业获得发展机会，多家公司取得了流量和市场的双丰收；随着“云健身”“云办公”等新形态的出现，一些公司抓住机会，推出在线体育游戏、在线办公软件等，实现了快速成长。

与此同时，随着居家隔离、居家办公措施的广泛采用，出现了



## 韩国：坐车看电影成新选择

校停课，情况可能就更糟糕了。

为了缓解上班族的压力，日本餐饮企业 Mihaku 在行业遭遇危机的同时，来了一把转型。

日本天空新闻网17日报道称，Mihaku 旗下的餐厅自3月16日起向顾客推出包间工作室。顾客可以在独立的

包间里办公7小时，里面提供电源、无线网络、免费茶水，还能播放舒缓的音乐。

Mihaku 旗下拥有瓢喜、香水亭和瓢斗三家品牌涮锅餐厅，在日本共有13家分店，其中大部分位于东京。

报道称，如果顾客工作饿了，餐厅还提供午餐，如果同时有晚餐需求，只

需另外加3个小时。包间内部采用日式传统榻榻米装修风格，办公疲惫时还可小憩片刻。

餐厅负责人在接受日经新闻采访时称，尽管考虑到了客流量受疫情打击的因素，“真心为顾客做点事情”是 Mihaku 转型更重要的因素，在社交媒

体看到一些上班族抱怨“我无法在家安静地工作”“我想吃一些专业的菜肴”……而这些都是餐厅能做的事情。考虑到大家疫情期间经济压力都不小，餐厅的收费并不高，在瓢喜或香水亭餐厅的整日最低消费是2500日元(约合163元人民币)，在瓢斗餐厅整日最低消费是2300日元

为应对新冠肺炎疫情，韩国政府21日建议国民22日起至4月5日避免参加各类社交活动，暂停开放宗教、体育、娱乐等室内公共场所。于是，驾驶私家车来到汽车影院，在车里观看露天电影，成为了一些韩国民众娱乐消遣的新选择。这是3月21日在韩国首尔航拍的一家汽车影院。

新华社发

一些新情况、新问题。比如如何缓解与人隔绝的心理压力，如何避免“居家办公综合症”的出现。一些处于困境中的酒吧、餐馆则各出奇招，或推出“云喝酒”服务帮人减压，或转型独立办公室，让人在安静的环境下工作，同时也为自身发展谋得了一条出路。

俗话说，办法总比困难多。随着疫情在全球扩散，一方面数字经济正迎来新机遇，其价值也必将延续到疫情之后的全球经济生活中；另一方面各种新需求也正在显现，这对遭受疫情冲击的中小企业来说，或许也能找到发展的新方向。

更重要的是，中国基于5G技术和数字经济的抗疫实践，不仅为全球抗疫提供了行之有效的宝贵经验，也展现了经济发展和社会治理线上模式所蕴含的巨大潜力。对此，一些国家表示，要学习中国的抗疫经验，推动数字经济快速发展。

新华社发

(约合150元人民币)。

日本网友对 Mihaku 此举评价积极，不少人贴出包间的图片。有网友评论，昔日一些大作家就是在类似的优雅环境里积极创作，如今还有什么理由不努力工作呢。还有网友感慨，Mihaku 小小的改变就能收获认可，困难时刻只需动动脑筋，就能化危为机。

## 旧金山：甜品店推出“隔离蛋糕”传递温暖

近日，制作了一款“隔离蛋糕”的甜品店“Butter&”在美国旧金山颇受追捧，在社交软件“照片墙”上，店面主页的粉丝量接近10万。

就在几天前，“Butter&”和其他甜品店一样，因疫情冲击而面临倒闭。但“Butter&”的主人阿曼达·阮急中生智，开发出了“隔离蛋糕”，借此打了一个漂亮的翻身仗。

美国《人物》杂志网站3月17日报道，“Butter&”在旧金山开业时间并不长，主要制作婚庆和生日蛋糕。从“照片墙”里贴出的图片可以看到，蛋糕制作精美，款式多样，每一件都很具艺术风格。尽管如此，在疫情面前，生意惨淡，阮甚至认为撑不了多久就会倒闭。

经过一番思考后，阮3月15日在“照片墙”上贴出一款写着“不要触摸你的脸”的蛋糕，配以一段感人的自白：“在这段艰苦的岁月里，如果你想要帮助当地小企业，同时向世界传播爱，就送给身边的人一块‘隔离蛋糕’吧。人与人的连接、爱的行动和美味的食物能够帮助我们克服隔离和恐慌……我们愿意以崭新的方式为客户创造价值，因此推出‘隔离蛋糕’，让人们在物理隔离和内心忧虑的环境下‘彼此沟通、传递爱与安慰’。”

兼具商业头脑和实干精神的阮还在“照片墙”上清楚地写下蛋糕店此次转型的“背景、团队目标和解决方法”，让顾客清晰地感受到她的细致。

据阮介绍，每份“隔离蛋糕”可供一至两人食用，提供外卖，蛋糕最上面写有疫情期间注意个人卫生的话语，例如“勤洗手”“别摸脸”。蛋糕单价50美元(约合350元人民币)，有多种口味，最受欢迎的是榛子巧克力味、抹茶草莓味和盐渍焦糖巧克力味。阮说，她还将努力推出新的口味。

经媒体报道后，“Butter&”收获满满，阮直言“过去一周是开业以来最棒的一周”。阮的妙招在互联网上也颇受推崇，一位印度的甜品店主在阮的动态下评论说：“想法太棒了，我很喜欢你的点子，我能借用到印度推广吗？”阮欣然同意了这一请求，“当然可以，让我们共克时艰。”

## 网购平台“招人又加薪”，在线教育流量和市场双丰收

# 化危为机，数字经济迎来新机遇

■本报见习记者 沈钦韩

美国电商巨头亚马逊公司3月21日确认，由于网购订单激增，企业打算上调仓库工人加班工资。据路透社报道，3月15日至5月9日，在亚马逊美国仓库工作、以小时计薪的员工每周工作超过40小时后加班，将获得双倍薪酬。这是亚马逊近期第二次给仓库工人涨工资。亚马逊近日还宣布在全美扩招10万名员工，涉及旗下各配送中心、运输部门和仓储部门。

新冠肺炎疫情不断蔓延，多国线下实体经济蒙受损失，但以网络购物、在线教育和网络游戏为代表的数字经济却迎来新机遇，被推到了市场前端。

## 亚马逊对“劳动力需求达到史无前例的程度”

与其他行业面临严峻形势不同，以亚马逊为代表的网购平台订单大增、行情向好。越来越多的消费者为避免与人直接接触，选择在线上下单而非到实体店购物。

亚马逊平台的不少商品出现断货、快递滞后的情况。举例来说，亚马逊的Prime Pantry 送货服务在快速上涨的订单冲击下不堪重负，不得不于3月19日发出通知，在全美范围内暂时关闭业务，原因是“正忙于补货”。Prime Pantry 可为亚马逊Prime 会员提供打折食品、杂货和家居用品的送货上门服务。

此外，亚马逊旗下的生鲜、家居用品等商品也面临采购不足和物流延误的问题，亚马逊向消费者发出提醒，所在地区的送货数量会非常有限。据美国消费者新闻与商业频道(CNBC)报



道，亚马逊通知其第三方卖家，它们正“临时优先”配送医疗用品和家庭必需品，预计将持续至4月15日。

亚马逊正以多种方式解决库存和物流的问题。日前，该公司宣布将雇佣10万名仓库和物流工人，亚马逊全球运营高管戴夫·克拉克在博客中写道：“我们在这个时候的劳动力需求达到史无前例的程度。”

## 疫情“增加了在线教育价值”

疫情中，另一个欣欣向荣的行

业——在线教育也延续高开走势。

总部位于美国旧金山的 Seesaw 公司是一家早教育程序的开发商。疫情期间，该公司在中国大陆的流量增长了31%。位于印度班加罗尔的在线辅导公司 Byju's，自3月初为儿童提供学习应用程序以来，用户暴增了60%。

在线教育主要利用网络平台，将学生从课堂转移至线上环境。不过由于参与主体的水平参差不齐，在线教育曾一度引发消费者的质疑和担忧。

但是在疫情期间，在线教育将争议放在一边，凭借其精确把握消费者

痛点的优势和定价，迅速占领市场。

据雅虎财经报道，某教育集团的线上课程收费比线下便宜50%。此外，推迟复课也为在线教育的发展壮大提供了契机。

蒙特利尔银行(BMO)分析师杰夫·西尔柏的研究报告显示，疫情“增加了在线教育的价值”，而“当我们度过了这场危机，这种情况很可能仍将持续下去”。

在美国许多地区，学校缺乏开展在线教育的条件，诸如2U和John Wiley&Sons等以云端为基础的在线教学平台公司得以发挥最大效能。据报

道，2U正在与咨询公司奎特里斯特合作推出产品。市场对其表现普遍看好，BMO调高了2U的目标价格(卖方预测买方将购买产品的价格)。

## 被迫“宅家”，网游满足玩家社交需求

据《经济学人》报道，美国移动网络运营商威瑞森称，自美国不少州采取防疫措施以来，全美的网络游戏流量增长幅度高达75%。游戏软件开发商Bungie表示，旗下游戏“Destiny 2”的平均日活用户在全球范围上涨了10%。

许多分析人士认为，这反映了网络游戏日益重视社会互动属性的趋势，以满足玩家将视作建立关系纽带的需求。疫情使人们被迫“宅家”，进而将潜在的社交需求放大，线上的游戏角色交互则满足了人们这一诉求。

由任天堂推出的“健身环大冒险”是一款角色扮演游戏，要求玩家执行健身和其他体育活动，并以闯关的形式完成游戏。疫情使居家健身成为人们的另一诉求，这款游戏的销量大幅走高，有报道称已出现供不应求的局面。

美国职业篮球联赛(NBA)的菲尼克斯太阳队和达拉斯独行侠队已开始在NBA 2K游戏中提供虚拟赛程，供玩家在NBA停摆期间参与其中。

此外，国外的影视行业也在疫情期间跃跃欲试。美国传媒公司Netflix和HBO等都在致力于将电影制作与疫情元素相结合。此前，HBO宣布他们正根据一款第三人称的生存冒险游戏《最后生还者(The Last of Us)》开发制作成电视连续剧，该游戏设定的场景为疫情肆虐的美国得克萨斯州，讲述了人类因大流行病而面临的巨大生存危机。

为防止新型冠状病毒感染和传播，澳大利亚政府限制室内聚集活动，一些演出活动因此取消。于是，一些艺术家尝试经由互联网呈现艺术。

澳大利亚广播公司20日报道，钢琴家兼作曲家菲奥娜·乔伊·霍金斯正策划经由社交平台脸书直播两场音乐会，演出地点就设在她位于新南威尔士州肯德尔的家中，且不打算收费。霍金斯说：“我将像在预定音乐会上演奏那样(认真演奏)，它们将走向全世界。大家可以来欣赏，这样至少在自家家中就能听到。这当然跟线下音乐会不完全一样，但可以在短时间内解决一些问题。”

住在拜伦贝的喜剧演员曼迪·诺兰因为演出取消，自己估计至少损失3万至4万澳元(约合12.3万至16.4万元人民币)。不过，诺兰很快开始寻找新的工作方式，经由脸书个人主页寻求有关在线提供表演指导、培训和剧本写作的工作。她说：“一名女士想上喜剧课，而且她很高兴上网课。”诺兰还筹划在自家后院表演喜剧，经由视频会议形式直播，每名观众收费5澳元(20.6元人民币)。

## 疫情致演出取消 澳艺术家开“云音乐会”

为应对新冠肺炎疫情，澳大利亚政府限制室内聚集活动，一些演出活动因此取消。于是，一些艺术家尝试经由互联网呈现艺术。

澳大利亚广播公司20日报道，钢琴家兼作曲家菲奥娜·乔伊·霍金斯正策划经由社交平台脸书直播两场音乐会，演出地点就设在她位于新南威尔士州肯德尔的家中，且不打算收费。霍金斯说：“我将像在预定音乐会上演奏那样(认真演奏)，它们将走向全世界。大家可以来欣赏，这样至少在自家家中就能听到。这当然跟线下音乐会不完全一样，但可以在短时间内解决一些问题。”

乔颖(新华社微特稿)