



# 政府扶持给复工企业 “信心上的保障”

## 危机变好事 逆势迎机遇

国内疫情初步控制住,复工复产成为上海近期的关键词。但复工不是简单的重新开工,面对市场新形势,如何转“危”为“机”,已经成为众多受疫情冲击的企业关注的话题。青年报记者4月1日下午驱车一百多公里,实地探访了松江三家规模不等、领域不同的企业,试图给出一些参照。

青年报记者 陈宏



左袋文化传播有限公司的员工在设计动画。

青年报记者 陈宏 摄

### 左袋文化：3月初陆续复工,复工率已达90%

在松江玉秀路上的左袋文化传播有限公司,三楼办公区,负责动画质量检查的陈瑞,正在和同事们对成片做最后的风格统一检查;离它9公里的上海回天新材料有限公司,董事长章锋开心地宣布,下游的各大汽车制造企业也已复工,车间可以放心开足马力了;在上海嗨酥食品有限公司,工人从隔壁消毒车间内搬出了新出炉的鲜肉月饼、萝卜丝酥饼,热情地招呼客人吃。

三家企业,分别从事文化、

高科技新材料、食品制造行业,回天新材料是业内知名的大企业,其余两家则是更普遍、更常见的中小微企业。他们的共同点是,“已经喜迎全面复工”。

左袋文化总经理于新告诉记者:“我们整个2月份都响应国家号召,所有人在家隔离、线上办公,3月初才开始陆续复工。目前除了最后一两位还没出14天隔离期的回沪员工,其余人都已来公司上班,复工率大概在90%吧。”

回天新材料的董事长章锋

也透露,自己是“楚商”,所以家乡有难,公司早早就去支援了雷神山、火神山医院的建设,“我们之前车间只有20-30%的生产率,不过现在随着疫情的缓解,已经全员到岗二十来天了。”

嗨酥食品曾经因为各大酒店、餐厅、航空公司客流趋零、冷链物流公司没有司机等相关链条“断裂”而不得不暂时停工。公司董事副总经理曹哲慧邀请媒体参观了他们的生产车间。记者看到,几十名工人正在流水线上处理灌汤包、萝卜丝酥

饼等。“我们有六十多名工人,分早晚班,早班的人刚下班,”他介绍说,“现在餐饮行业在逐渐复苏,我们的客户比较多,加上自有餐饮品牌,所以目前的生产能力,大概是恢复了8成,还会逐渐上来。”

这家公司曾是两届进博会新闻中心的点心供应商,记者对他们的各种中式点心,都颇有感情。更何况,民以食为天,他们的复工可能更有象征意义——出来吃饭的人多了,就是上海经济生活恢复活力的标志之一。

### 嗨酥食品： 政府惠企政策好

在采访中,三家企业都表示,能够迅速、有序地复工,政府的扶持功不可没——它不仅是在政策和资金上的帮助,还给了企业“信心上的保障”。

曹哲慧说,疫情一度让企业们恐慌,但“上海28条”一发布,他就感觉吃下了一颗定心丸,“都不用说其它扶持了,仅仅是延缓社保的缴纳一条,就已经很好了,给了我们缓冲的时间。此外,区里面也出了‘松江26条’,扶持得很有特色,其中就有‘店小二服务’,现在很多事都是政府上门来帮忙代办、解决的,是很好的惠企政策。”

于新也很感慨。在危机发生后,松江相关政府部门,一直在鼓励他们积极申请市区各类文创扶持资金,并给予一些必需的采购订单,以购买服务的方式,既扶持了企业,又增强了市场活力,推动了整个链条的复苏。“我们的办公大楼,是私人产业,不属于国有,但是松江区方面,一直在积极帮我们协调房租的优惠和延后等,减轻我们的压力。”

早在疫情发生之前,上海整体产业转型升级,政府就将营商环境的优化,提上了极高的位置,一网通办的便捷度,屡屡获得企业界的点赞。章锋的企业,就因为上海的企业服务环境“堪称全国最好,没有之一”才扩张了,“这次疫情,上海除了28条政策,我们很紧张的时候,政府带着口罩、消毒剂上门,来了解我们的情况,看是不是受到了大的影响,这一点,就特别暖心。”

### 回天新材料：在外部大环境不好时逆势而上

复工,并不代表危机已经彻底消除,疫情一天不散,压力就始终存在。然而,记者在采访中发现,三家企业都在积极探索如何从危机中寻找机会,来完成保量甚至增长、弯道超车。“我们的产品原本有很多国际竞争者,很多人分食这块蛋糕,但现在只有我们一个人吃。”章锋说,回天需要做的,是在这次危机期间,增强客户信心,并抓紧“囤积”人才。

回天新材料的陈列室大门口,有几个大字“中国最大胶粘剂研发制造商”。事实上,作为应用广泛的产品,他们服务的客户既有造火箭的中国航天、各大汽车制造商,也有华为、中兴这些科技新贵,以及常见的民用包装材料等等。“我们一开始当然也很担心,不知道疫情的发展嘛,但随着国内控制住

了疫情,我们的危机也变成了好事,反而迎来了逆势而上的机遇。”

他透露,原本他们的国际对手有美国、日本等公司,“但现在他们要留在本国处理疫情,我们民族品牌就让大家发现,原来本土公司技术也好,还安全,市场份额就上来了”;此外,疫情造成了一些行业人才资源释放,“原本我们想挖还比较难挖,现在他们主动找上门来了”。他骄傲地说,回天新材料每次都是在外部大环境不好的时候逆势而上,“危机关头,要看企业自身,准备好了,危机就能成为机会。”

于新也有同样的感觉。她领导的左袋文化是一家创作型动画公司,专注于内容开发与创作,与法国、英国、西班牙、马来西亚等国家,与迪士尼、万达、优酷、腾讯等大型公司保持长期深

度合作。旗下原创动画《艾米咕噜》是中国首部入选荣获法国戛纳电视节MIP JUNIOR全球选拔冠军。

“疫情当然会带来国内外市场的巨大变化,比如很多合作方的回款变慢。我们也在积极自救,为此我们迅速调整了思路,进行了非常时期的业务转型,”她说,之前公司以中长线的长期项目为主,现在则投身于转型周期较短的若干小项目,包括校园停课造成的大量儿童观众长居在家的现状,“我们在内容保持它的娱乐性的同时,也融入更多的户外大自然的科普知识。我们做了快速的转型和准备,在两个月内就推出了包括《神奇的动物》《神奇的自然》《神奇的植物》等相关系列片,是40多集的短片系列。”

此外,结合市场对口罩等产

品的刚需,他们也和科技公司跨界合作,共同推出了以动漫IP授权和结合科技产品为主的儿童防护口罩,相关的一些更多的科技产品,现在正在研发和筹备当中。“危中有机,我觉得左带不仅相信我们可以渡过困难期,而且还会发现更多发展的机遇。”她说。

即使是“不愁客户”的嗨酥食品,也在这次疫情危机中,尽快地尝试了各种新方向,做好了应对危机的功课。“除了原来供应的这些渠道,我们自己也开出了自有门店品牌,此外,我们先后和盒马鲜生、叮咚买菜、有菜网甚至网红薇娅直播等网络电商平台进行业务的磋商与接洽,以此来创新我们的整体的一个营销模式,努力寻求抗疫新形势下我们的线上合作。”曹哲慧说。

## 为最美逆行者护航 和普公益抗疫总动员

青年报记者 孙琪

本报讯 从小年夜起,上海闵行区莘庄和普普青少年服务中心(简称“和普公益”)听闻武汉传来最美逆行者戴口罩、缺防护服等消息,决定要为这些英雄做些事情,他们联手公益伙伴,用各种方式建起防疫之墙,筹集到了总价值近30000元的口罩、隔离服等稀

缺医用物资,及时捐赠给武汉和上海的一线医务人员,在这场人民战“疫”中,展示着公益的力量。

### 训练营 给孩子抗“疫”力量

和普公益伙伴——爱阅飞凡英语发起了《抗议闯关训练营》爱心公益活动,引导孩子积极看待疫情,以打卡的形式召集小学员共同传递正能量,赢取公益金。

### 制徽章 正能量义卖筹资金

在这次抗疫大集结中,Purple U Pins设计工作室联合和普公益筹划了一场爱心义卖,希望集集资帮助在疫情第一线艰苦作战的医务人员和一线工作者。

### 总动员 群策群力送物资

和普公益步履不停,他们曾

协助万纳普(上海)新材料科技有限公司购买100套隔离衣和100副护目镜(价值20000元),寄送至武汉抗疫一线人员手中;协助清关近万个3M口罩捐赠给湖北、上海/浙江医院;协调中欧商学院捐赠100件隔离服送至武汉金银潭医院;协调方颀泓(上海)测试技术服务有限公司、必维申美商品检测有限公司捐赠

6000副医用手套送至上海闵行中心医院。

### 助海外 共建心理防御墙

和普公益组织了iwill专业志愿者海外社群联合行动,以iwill中国武汉社区“三社三师”的抗疫经验,为海外华人提供新冠病毒肺炎疫情下的社区志愿服务保障。