

# 线上线下联手消毒 国美助力复工复产

复工——

广州国美启动疫情预警护航



“来工会领口罩！”复工第一天，国美工作群就发出通知，请同事一早领取口罩和酒精。这是国美为复工做好安全防护保障的第一步。

据了解，为保护员工身体健康，国美在返岗上班期内，启动三级预警预案的应急响应机制。安排员工采取现场办公和远程办公相结合，尽量减少办公场所人员密集带来的防疫风险。

在疫情发生初期，国美快速在内网上线“疫情上报”模块，数万名员工的健康、出行信息实现了数据化管理，为后续健康信息监测、疫情防控提供了第一手准确资料。复工之后，国美依然要求全体员工在每日9时前上报，防疫工作一刻未松懈。

2月10日复岗上班的第一天，国美相应启动了防疫三级预警，即复岗上班期启动三级预警，发生传染性疑似病例期启动二级预警，发生传染性确诊病例期启动一级预警。

同时，广州国美实行员工每日健康监测制度，要求各公司以中心为单位建立工作员体温监测登记，将体温在37.2摄氏度以上的员工或接触人员异常情况上报应急工作组，协助员工及时到就近的发热门诊就诊，并就3天以来的密切接触人员及活动范围路径等进行统计报告。

战疫仍处攻坚阶段，在返岗复工潮中，复工企业也面临一场特殊的考验。企业如何做到疫情防控和复工复产两不误？如何通过线下服务与网上社群为复工复产创造有利环境？

2月15日，广州国美首届万人秒杀活动，通过开展社群、朋友圈的秒杀互动，仅用一天销售额就突破1000万元。

改变——

社群运营主推健康消毒家电

因受疫情影响，国美采取部分门店半营业状态，但广州仍有17家门店在严格做好消毒防范为广州市民服务。

对终端客流减少、短时期抑制并不会影响家电需求的长期存在的现状，广州国美及时调整与市场环境相符合的思维方式，采取线上社群秒杀、包邮到家的方式继续为消费者提供优质的家电产品及服务。特别是针对健康消毒类

家电产品需求因疫情得到大幅增长，广州国美整合健康家电资源，促进消费。

2月初，广州国美与莱克联合推出4款衣物挂烫机特惠，活动开启仅4天，销售即过千台。

值得一提的是，一年一度的“国美黑伍”将在3月中旬正式开展，社群、美店线上分享的方式将继续为这场重磅让利活动提供更多玩法。

针对企业复工，广州国美售后服务品牌——“广州国美管家”在疫情期间与化大阳携手，针对各企事业单位办公环境，开设办公环境消毒除菌服务，国美管家售后工程师携带专业消毒设备为即将开工的企事业单位进行全案服务，为企业事业单位营造安全无毒的办公环境。家庭版的杀菌消毒服务也已上线，广州街坊可直接在微信公众号“广州国美管家”下单预约。

售后服务平台——“广州国美管家”在疫情期间与化大阳携手，针对各企事业单位办公环境，开设办公环境消毒除菌服务，国美管家售后工程师携带专业消毒设备为即将开工的企事业单位进行全案服务，为企业事业单位营造安全无毒的办公环境。家庭版的杀菌消毒服务也已上线，广州街坊可直接在微信公众号“广州国美管家”下单预约。

# “合”力战疫保障供应 有它——健合集团

文/图 羊城晚报记者 程行欢  
通讯员 温咏琪

加速复工复产  
保生产

婴幼儿配方奶粉、婴幼儿纸尿裤、对防治疫情有帮助作用的益生菌都是疫情当下重要的民生产品，同时也是健合集团的主营产品。为保持产品的稳定持续供应，在1月下旬形势急转直下，复工一推再推时，意识到形势严峻可能性的健合集团在2月3日就提交了复工申请，按下了复工复产的加速键。

其中，旗下的合生元益生菌工厂早在2月1日就开始筹备产线复工，在春节“人难求料难寻”的情况下克服重重困难：在国内、泰国、印度、澳大利亚等全球多地采购到足够员工使用一个多月的口罩应急物资；对生产部门员工行程进行筛查后一对一解决其返程难题，不仅为员工提供相应证明文件和个人防护用品，还提供交通补贴、妥善可靠食宿并给予复工奖励等方式支持复工；针对生产上下游环节无法衔接的问题，合生元用获得的政府批准复工批文帮助合作的上游企业获得相关批文，确保所需生产材料的100%供应……

同时，合生元制定严格的防疫生产应急预案，提前对厂房进行严格的卫生消毒处理。从2月5日开始，工厂正式复产，通过组织供应链、生产及物流等部门昼夜接力，生产线实行倒班制，24小时运转，成为当地在生产口罩器具之外的企业中最早复工的其中一批。



全力保障供货物流

面对部分地区受疫情影响甚至出现急需品断货、缺货的情况，合生元物流团队取消放假，着手部署“疫情供货保卫战”，拿到广州市开发区工信局提供的《民生保供企业资质证明》，拿到不同目的地和线路上的绿色通行证；选择有绿色通道的物流公司合作；同一地区

的经销商可根据配送的车型号凑单，尽快安排发货。

在三个措施合力之下，除了疫区全国其他地区的供货物流都实现了保障，合生元仅仅5天就实现了发货率达92%。另外，合生元奶粉和益生菌以及Dodie纸尿裤产品目前已送达疫区湖北全境。

解决送货最后一公里

针对疫情期间产品如何从门店送到消费者手中的“最后一公里”难题，健合集团旗下合生元率先探索到独特解决方案：和顺丰、京东合

作，通过“顺店通”小程序或京东下单就可实现同城0接触急速送达；提前策划合生元妈妈100零售通系统，渠道库存不足时门店可通过

系统下单，由合生元仓库直接发货给消费者；门店若无法为身在异地的消费者寄送时，也可以把需求报给系统，由总仓代发。

# 广东电信多措并举 助力各界复工复产

各地电信分局积极应对

文/羊城晚报记者 林曦

疫情防控乡村电视平台”，以行政村为单位，向广大农村的电信电视用户及时发布疫情防控的信息和知识宣传，让防疫宣传响彻“最后一公里”。

广州飞机维修工程有限公司是南方航空和和记黄埔合资公司，负责飞机维修工作，是南航飞机正常飞行的重要保障。该公司有员工6000多人，平时都是需要排队安检才能进入工作园区，复工后面临着疫情防控给员工测体温的巨大压力。据广

州电信方面介绍，了解到这些情况之后，广州电信白云分公司客户经理卢荣奋在开工的第一天就前往该公司，推荐了电信科学防控疫情手段——体温监测解决方案，并获得了客户高度认可，立刻采购了6套设备，实实在在地解了燃眉之急。

在揭阳，揭阳电信联合当地宣传部门上线推广“疫

情防控乡村电视平台”，以行政村为单位，向广大农村的电信电视用户及时发布疫情防控的信息和知识宣传，让防疫宣传响彻“最后一公里”。在短短12天时间内，省—市—县紧密联动，按时间节点快速推进项目建设，协同完成“数据梳理—业务受理—界面制作—账号导入”各个环节，快速上线1320个乡村电视台，覆盖超20万个家庭。

江门电信也给企业带来了“防疫神器”。在了解到新会某重点单位的防疫需求后，江门电信方面详细介绍热成像方案，机构负责人在了解应用功能后，马上同意使用，并下单30支手持式和两套卡片机热成像系统。2月11日下午，设备到货开始安装调试，本套设备是广东电信系统节后到货首套设备，陆续部署在各个重要场所出入口。

提供远程办公协同服务

网+视频审批服务，通过视频方式实现“不见面办事”的服务模式，帮助政府解决疫情当下群众和企业办事难问题。同时，为企业提供远程办公协同服务，整合天翼云会议、云办公、企业云盘、云桌面、天翼对讲等产品，为各行业提供远程协同办公服务，助力防范疫情扩散蔓延。

广东电信相关负责人表示，后续将继续加快5G网络建设，加强5G、云计算等新一代信息技术应用创新和推广，为疫情防控提供强有力的技术保障，为复工复产后各行业发展提供新动能。



数据

目前，佛山电信已为佛山全市各学校师生紧急开通超4万个天翼云课堂账号。2月17日起，通过中国电信的线上教育平台，师生们可以在“空中课堂”进行教学和学习。

快来看这家食堂的“考场风”

# 汤臣倍健透明工厂 让员工吃饭更透明

文/图 羊城晚报记者 程行欢

全员防控颇为细致

在全国许多网友还在等复工通知时，汤臣倍健透明工厂在获批后，从2月4日开始安排部分产线及人员提前复工。

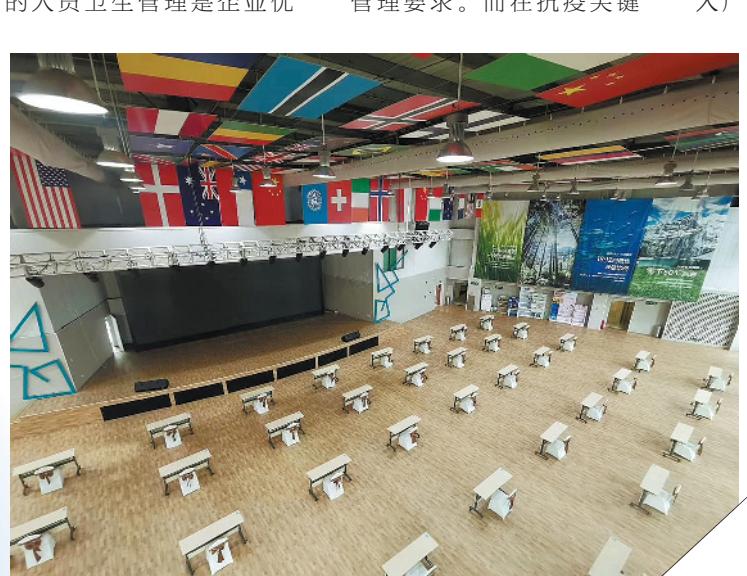
在这场统筹疫情防控和经济发展的“大考”中，汤臣倍健坚持以人为本，始终把员工健康放在第一位，在安全可控、规范有序的基础上

，为员工备好“安全三件套”全员防疫很细致。疫情发生后，1月27日汤臣倍健正式发布公司级应急预案及疫情防控措施，制定了全面的、细致的、分层级的疫情防控管理要求。

首先，建立一人一档的健康档案，排查和更新全体员工的行程和健康情况。

其次，从高层到各部门进行网格化管理，将所有措施和责任层层压实，为员工构建坚实的安全防线。复工前，以部门为单位积极进行全员每日健康“追踪”，对每个人进行新冠疫情防控培训，并为紧缺物资的员工家庭免费提供防护用品。

卫生管理更加严苛



作为行业内专业的“透明工厂”，同时也是全球先进、品控严格的膳食营养补充剂生产基地之一，汤臣倍健透明工厂一直严格执行药品生产GMP要求的高标准，洁净生产环境和良好的人员卫生管理是企业优

势。以透明工厂生产工作区为例，其空气洁净度达D级净化区，所有输送到底层厂房内的空气都要经过高效空气过滤器过滤，达到药品生产要求，且生产区域都有严格的清洁和消毒管理要求。而在抗疫关键

期，汤臣倍健对环境和员工的卫生管理更加严苛。在透明工厂的大门口可以看到，符合进厂条件的人员需经过严格的测温、消毒、健康登记等才能进入。所有进入厂区的车间在进入厂区前均有专人和设施对车间进行消毒。所有公共区域实现“通风式上班”，每天专人清洁消毒，全方位保障安全。在做好安全复工发展的同时，汤臣倍健进行了三次公益捐赠，现金及产品累计价值超过3200万元，定向驰援雷神山医院等抗疫一线。在抗疫进入总攻阶段的关键时刻，汤臣倍健将为下一步全面复工复产交出一份“样本卷”。

截至目前，2月合生元益生菌订单量为原来两倍；Swisse维生素C销售额，相比去年同期增长近3倍；线上、合生元奶粉、合生元益生菌销量同比超过200%，跨境版合生元益生菌销量同比增加4倍。