

网上中国

开展价格监测,不允许发“疫情财”;杜绝囤积居奇,实现敞开供给

中国电商积极参与战“疫”

本报记者 叶子

近日,阿里、京东等多家电商发出《关于坚决履行责任全力保障应急物资供应联合倡议书》,倡导开展价格监测,打击发“疫情财”;杜绝囤积居奇,实现敞开供给;物资优保医院,畅通生命通道等等。新型冠状病毒感染的肺炎疫情发生以来,疫情防控工作全面展开。各电商平台及商家努力应对货源紧张、人手缺乏等困难,积极开展应急保供工作。

足不出户就能满足生活所需

对于河北省武安市二中高三英语老师阿欣来说,今年春节让她格外难忘。全国各地积极抗击新型冠状病毒感染的肺炎疫情,小区物业工作人员每天都拿着高音喇叭循环播报叮嘱减少外出,阿欣也被父母、同事和学生们无数次嘱咐不聚会、少出门。

但到了大年初三,阿欣有点“宅”不住了,她想去超市买个菜、溜达一圈,又担心等待时间过长,害怕接触人多被传染,索性拿起手机打开京东APP,选好了日常生活所需用品一键下单。当天下午4点多,大米、食用油还有一些新鲜蔬菜就送到了阿欣家门口。

春节期间,许多电商平台、快递公司春节照常运行,保证米面粮油以及消毒液等物资的正常供应,让人们足不出户就能满足生活所需。

京东大数据研究院发布的数据显示,今年春节期间,粮油、方便速食等民生商品需求增长明显。京东零售消费品事业部粮油品类采销经理张思宇表示,从腊月廿八上午开始,他就频繁拿起电话和各大品牌商负责人沟通货源供应、自营产品入仓、春节期间如何保证价格稳定等工作,手机和电脑同时开着,各种消息群里不停地跳动着几百条消息等待他处理,为的就是能让全国各地消费者在抗击疫情的特殊时期,不为米面粮油的缺乏而担忧。

口罩恶意涨价?下架处理!

“戴口罩、勤洗手,不出门,防疫情”,自从疫情发生以来,口罩一时间成为热销产品。在许多城市的线下药店以及各大便利店、超市里,口罩被抢购一空。在电商平台,一些黑心商家居然趁火打劫,肆意哄抬价格,原本一两元一只的普通口罩,卖到十几元甚至几十元一只。为此,各大电商平台迅速出击整治。

阿里巴巴第一时间向淘宝、天猫平台上所有销售口罩的商家发出通知,严禁涨价销售,同时协调义乌、深圳、广州等将近60个地区的工厂紧急复工,加急生产医疗物



商海春作(新华社发)

资。淘宝对聚划算百亿补贴的口罩商品给予专项官方补贴,确保消费者买到价格实惠的正品口罩。2月4日,阿里巴巴公布疫情期间严控商品质量及违规商家的治理情况:已拦截、删除可疑问题口罩57万件;永久清退15家涉嫌销售问题口罩的店铺,其中5家被移送执法机关。

拼多多也启动特殊商品应急预案,对照历史价格,24小时不间断对口罩、消毒液、体温计等进行实时监测,对商家恶意涨价的行为,平台直接进行干预,并且对相关商品进行下架处理。另外,拼多多上线“抗疫情专用频道”,通过百亿补贴实现对防疫相关的医疗卫生用品和药品的全覆盖,努力为消费者提供低价商品。

在京工作的王先生这段时间天天都会刷一下电商APP,关注口罩是否有货。他表示,虽然有的地区有的商品仍然存在缺货现象,但他还是如愿买到了口罩和洗手液等物品。“有时候我看只对武汉地区有货,也能理解,我就给武汉的朋友下单送一些。”

“放心,物资都送到了”

2月2日晚,社交平台上,许多人接力转发一张背景为蓝色、写满文字的海报。原来阿里巴巴旗下物流平台菜鸟网络开辟出绿色通道,免费运输全球救援物资。公布出来的电话号码24小时有人接听,还有专人跟

进,菜鸟承诺提货、存储、转运、清关、配送等环节全部免费,为的就是将抗疫情所需物资直接送到收件人地址。

此前,1月25日,阿里巴巴宣布设立10亿元医疗物资供给专项基金,阿里国际站携手天猫国际、菜鸟网络、考拉、天猫海外等,展开“全球寻源”的活动,从数十个国



1月30日,浙江省湖州市吴兴区的超市工作人员根据清单帮助居民采购日常用品。吴兴区在区内的电商平台新增了线上超市,并提供送货上门服务。新华社记者 徐昱摄

互联网大咖秀



塞格尔·纳格达:

“我的兴趣永远在开发产品上”

海外网 郑云天

印度ChatOnGo是一款热门的即时通讯软件,旨在管理和简化企业内部沟通,增强团队参与度。近年来,ChatOnGo从印度走向全球市场,越来越火。在此过程中,公司联合创始人兼首席营销官塞格尔·纳格达功不可没,他的经验与远见卓识,是ChatOnGo成功的关键。

纳格达毕业于Thadomal Shahani工程学院,曾在埃森哲担任高级程序员。他在工作中逐步了解B2B(企业对企业)服务模式,并发现了蕴藏其中的巨大商机,逐渐由技术人才转变成嗅觉敏锐的互联网精英。

由于不俗的工作能力,纳格达很快得到晋升,并在开发团队、设计团队和测试团队之间进行有效的协调管理,由此具备了坚守原则、坚持远见等企业管理者应有的特质。

离开埃森哲之后,纳格达到博科尼商学院攻读MBA,此时他已下定决心准备创业,在此学到了专业管理知识并积累了一定的人脉。纳格达还成为学生刊物的负责人,这在提升认知度的同时,也提升了他的各项沟通能力。

在ChatOnGo诞生之前,纳格达创立的IT服务公司Nimap Infotech开发了150多款APP。纳格达是一位较全能的企业家,在市场营销方面展现过人才能,又对技术了如指掌。值得一提的是,尽管已取得不小的成就,纳格达依然认为自己是一名IT工程师,“我的兴趣永远在开发IT产品上,ChatOnGo是让我回归初心梦想的一款产品,我期待它可以吸引全世界的用户。”

如今,纳格达的公司发展势头良好,他所达到的成就远超同龄人。但在日常生活中,纳格达依旧有着年轻人的热血和活跃。像许多印度年轻人一样,他是一位狂热的板球迷,而随着音乐起舞,也是这位“80后”企业家的一大爱好。

图片来源:网络

近日,教育部印发《关于在疫情防控期间做好普通高等学校在线教学组织与管理工作的指导意见》(以下简称《指导意见》),面向全国高校免费开放2.4万余门在线课程,要求高校将任课教师线上教学计入教学工作量,同时制定在线课程学习学分互认与转化政策。“‘停课不停教、不停学’既是防疫应急之举,也是‘互联网+教育’的重要成果应用展示。”教育部有关负责人表示。

“保证在线教学进度和质量”

针对新型冠状病毒感染的肺炎疫情对高校正常开学和课堂教学造成的影响,教育部要求各高校开展线上授课和线上学习等在线教学活动,保证疫情防控期间教学进度和教学质量。

《指导意见》提出数项工作任务,其中包括面向全国高校免费开放全部优质在线课程和虚拟仿真实验教学资源、立即制定疫情防控期间在线教学实施方案、保证在线学习与线下课堂教学质量实质等效、全天候开放国家虚拟仿真实验教学项目共享平台等。

截至2月2日,教育部组织22个在线课程平台制定多样化在线教学解决方案,免费开放包括1291门国家精品在线开放课程和401门国家虚拟仿真实验课程在内的2.4万余门在线课程,覆盖本科12个学科门类、专科高职18个专业大类。

《指导意见》要求,高校要将慕课教师以及承担教学任务的所有任课教师线上教学计入教学工作量;引导学生在疫情防控期间积极选修线上优质课程,增加学生自主学习时间,强化在线学习过程和多元考核评价的质量要求;制定在线课程学习学分互认与转化政策,保障学生学业不受疫情影响。

面向全国高校免费开放2.4万余门在线课程

在线教学,防疫上课两不误

海外网 李雪钦

做好“守护者”和“修行者”

2月3日,教育部曾发布致全国大学生的一封信。信中称,大学生在做好健康“守护者”的同时,也要做“修行者”。教育部建议全国大学生在网络资源平台上学习并自我提升,做到“停课不停学、学习不延期”,并通过师生线上切磋琢磨、教学相长。

防控新型冠状病毒感染的肺炎疫情期间,不少高校自发免费提供优质的在线课程和学习资源:清华大学出版社开放“文泉学堂”知识库;“北大博雅讲坛”APP开放知名教授的讲座视频资源;“人大复印报刊资料”数据库开放全文阅读;北京外国语大学外语在线学习平台开放外语课程;国家开放大学向全社会大众推出“科学防控疫情、知识充实人生”知识服务,提供含健康生活教育在内的515集“院士专家讲座”。

陕西师范大学教育学院副院长龙宝新建议学生有效利用线上教育资源,提高信息素养,增强学习专注力与抗诱惑力,做在线学习的主人;并且要增强“问题意识”,发挥在线班群的优势,让在线研讨氛围蔚然成风。

教育机构纷纷“赠课”

针对中小学,教育部拟于2月17日开通国家网络云课堂。为“停课不停教、不停学”保驾护航,不仅需要教育部门和学校通力协作,也需要社会力量的参与,尤其是互联网技术、信息化教育资源等方面的支持。

战“疫”之时,拥有课程资源、技术优势的专业教育平台率先行动。好未来、新东方、跟谁学、VIPKID等公司或慷慨捐资,或为湖北乃至全国中小学生免费提供大量在线课程,或为学校和线下教育机构提供直播教学平台及技术支持,用各自的方式贡献力量,为广大学生的学习提供便利条件。

除了专业的教育机构,互联网巨头也加入其中。腾讯教育联合多家在线教育平台推出“不停学”联盟,多项课程免费;淘宝大学宣布为K12(幼儿园到高中)学校、教育机构免费部署云课堂;网易有道赠送名师直播课。



2月3日,在青岛西海岸新区第一高级中学,学校组织高三老师对地理、物理、英语等科目进行了“空中课堂”录制,为延期开学做准备。张进刚摄(人民图片)

龙宝新接受采访时说,在全民抗“疫”的关键时期,教育公司“免费赠课”的做法值得倡导,这一做法是在线教育机构自觉、自发、自愿的社会响应,有力配合了千万学生安心在家学习、隔断疫情扩散的要求;便于学生居家深入体验在线教育服务,有利加速教育信息化、智能化进程。与此同时,“赠课”有利于重塑教育企业的社会形象,提高其社会声望,促使在线教育企业走上良性发展轨道。

值得注意的是,在线教育企业的“免费赠课”,既是公益行为,也意在通过免费展示来“获客”,学生和家长对此要有清醒认识,不要盲目上课。龙宝新建议,学生选择网上课程,应该及时征询学校及任课老师的建议。比如过早在线上学习新学期课程,可能会增加学业负担。对此,教育部近日也提醒各级教育行政部门、中小学和校外培训机构,在各地原计划的正式开学日之前,不要提前开始新学期课程网上教学,可安排一些疫情防控知识、寓教于乐等方面的内容。

疫情面前,利用“宅”在家的日子充实精神文化生活、提升生活技能,也不失为一种好的选择。喜马拉雅音频平台及其儿童版2月29日前开放了免费15天的公益会员权限,便于用户聆听好书、好课。豆果美食APP则免费开放了包括烹饪、料理、烘焙在内的课程,帮助人们提升厨艺。

云中漫笔

同心抗疫,
线上服务不打烊

赵壹晨

外卖平台创新“无接触配送”,网约车成立支援车队保障出行,生鲜超市成立专门团队送货上门。新型冠状病毒感染的肺炎疫情发生后,互联网企业纷纷响应,线上服务不打烊,为“战疫”出力。

如今,线上服务已渗透到中国人生活的方方面面,衣食住行无所不包。疫情当前,居家隔离被视为重要防控手段,线上服务则担起“战疫”重任。网约车司机、外卖小哥成为城市守护者,将因疫情被隔离的城市“孤岛”紧密相连,在维持医疗系统运转、保障居民正常生活方面贡献力量。

市民减少外出,开启居家模式,线上服务的需求量激增。1月24日至29日,全国邮政业揽收包裹8125万件,同比增长76.6%。线上下单、线下配送,即时配送使普通人不用挤进人流密集的超市就能享受到充足的生活物资供应。快递不打烊、包裹送到家,市民购物需求特别是部分卫生用品需求也得到解决。普通人家居家隔离,但医护人员的出行需求亟待保障。在武汉,城市公共交通停运,普通百姓的必需出行是刚需,东风出行、T3出行、曹操出行、滴滴出行等网约车公司成立应急社会保障车队,为居民提供义务服务,“医疗保障车队”也为医护人员提供免费服务,充分彰显了网约车平台的社会责任。

科学调配、创新模式,助力互联网服务安全升级。互联网服务直通千家万户,安全工作是重中之重。为遏制疫情扩散,美团、阿里等先后开通“无接触配送”,用户可约定到小区门口、公司前台等地点领取货品,避免了与配送员直接接触,同时保障消费者和骑手健康安全。与此同时,春节人力紧张,平台方也为网约车司机提供资金补助,并配备防护服、护目镜、口罩等防护用品,提升服务安全等级,保障劳动者权益。

基础设施的完善与科技水平的提升,为防疫期间的线上服务提供必要条件。如今,电商服务深入千家万户,物流乡镇覆盖率不断提升,助力全国上千区县的快递服务顺利进行。农村是防疫工作的重点区域,区、乡、村三级物流体系,打通农村物流“最后一公里”,村里也能照常下单,有利于减少居民出门、疫情扩散。科技助力服务升级,在部分地区,无人机、配送机器人尝试常态化运营。“智能取餐柜”,减少“手传手”配送以降低感染风险。物流企业的大数据预测、智能分仓也纷纷投入使用,种种举措在大幅提高服务效率的同时,将人力短缺带来的困难最小化。

线上服务也成为“战疫”主力军,既为普通人提供安心生活,也最大限度防止疫情扩散,凸显了互联网行业在中国社会运行中的重要角色和责任担当。