



疫情期间,为保障群众基本生活不受影响,一些餐饮企业与大型商超合作,积极探索“共享用工”模式。图为曹志刚(右)在盒马鲜生工作人员指导下熟练工作流程。  
新华社记者 张博文摄

服务业是最适合共享用工的土壤,而平台化让这一模式的成本大大降低,也给共享用工从疫情期间的非常之举发展为可持续的用工模式带来了可能。

# 规范共享用工平台 让“权宜之计”变成“长久之计”

本报记者 崔爽

近日召开的国务院常务会议明确提出“支持发展共享用工、就业保障平台”,让疫情期间涌现的共享用工模式进一步进入公众视野。此次新冠肺炎疫情期间,服务业在被冲击的第一线,企业用工成本依旧,但线下消费低迷,陷入困境。2月3日,阿里巴巴旗下盒马鲜生率先与云海肴、青年餐厅达成共享用工合作,此后又与多家企业合作。最新数据显示,疫情期间,仅

盒马就通过共享用工模式吸收了来自西贝、温莎KTV、大众出行等40多家企业的超过5000名“共享员工”,既降低了企业成本压力,保障企业员工在疫情期间的稳定收入,同时又缓解了自身人力稀缺的困境。这一做法灵活地平衡了企业待岗员工与生活物资供应人力不足的矛盾,后续被广泛推广采用。服务业是最适合共享用工的土壤,而平台化让这一模式的成本大大降低,也给共享用工从疫情期间的非常之举发展为可持续的用工模式带来了可能。

## 模式灵活 平台化是创新之举

其实,共享用工虽概念新颖,却并不是新鲜事物,它就是理论上的“零工经济”。零工经济是指由工作量不多的自由职业者构成的经济领域,利用互联网和移动技术快速匹配供需方。改革开放初期,大城市里利用周末时间去周边企业指导生产的“星期日工程师”就可以并入此列,从这个意义上说,这一用工模式由来已久,并早被证明是促进科技创新资源市场化流动的有效手段。“虽然共享用工不是新概念、新做法,但是大力发展共享用工平台却是一个新模式。疫情之中,复工复产和稳定就业是一体两面,复工复产需要用工,稳定就业支持复工复产。有了规范的共享用工平台,共享用工就将成为就业的新业态。”中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉强调,“共享用工平台依托数字技术,具备信息聚合、数据共享、精准匹配、搜索求职等功能,实现灵活用工招聘信息和用工信息的有效推送、便捷获取,为灵活就业者提供就业,为短期

用工企业提供信息在抗击疫情期间发挥了一定的支撑作用。”3月18日,盒马鲜生表示已在开发共享用工平台,预计4月份即可上线。据其介绍,平台将通过数字化的方式,尝试将共享机制常态化,提升供需对接效率,惠及更多企业和消费者。随着各行各业逐步复工,共享用工也从最初的生鲜电商、物流、餐饮等扩散到更多行业。据新华社报道,广州万孚生物技术股份有限公司吸纳了多家餐饮娱乐企业的132名员工,共享员工大多从事产品组装、外包装等方面的工作;浙江衢州好梦来家纺有限公司吸纳了30余名来自东方集团的员工,从事口罩检验和包装工作。整体来看,共享员工畅行的前提是工作内容较简单、培训即可上岗,以计时工资为主,模式灵活自由。“随着不少企业复工复产,截至2月底,陆续有超过900人离开盒马,回到原公司。”盒马公众与客户沟通部工作人员蔡晓萌表示。

## 各方协力 长远发展需政策保障

尽管共享用工在疫情期间表现活跃,不过不少人担心,生产要素共享只是特殊时期的权宜之

计。如果不是受疫情影响,企业不会采纳这种流动性强、用工关系模糊的方式。

# “云上”生产 “网上”销售 “线上”生活

## ——数字技术激发乡村经济新潜能

新华社记者 郭强 史卫燕 王建

云上春耕耕播、干部直播带货、远程问诊教学……在疫情之中,一系列互联网数字化新技术加快走进乡村,农民生产生活方式悄然发生改变,或加速走向未来,并由此激发乡村经济发展的巨大新潜能。

### “互联网+农业”融合不断深化

这段时间,湖南省南县农业农村局高级农艺师童中全凭借“硬核知识”成了农户心中的“网红”。“现在种田不能按照‘老黄历’了”“水是苗的

命,也是苗的病”……在县里的“洞庭虾网”助农网课中,他的许多“金句”获得种田人的“花式点赞”,一堂课下来点击量达13万人次。疫情之下,各式各样的“云上”生产在乡村兴起。如果说在线培训、网购农资等是“互联网+农业”的浅层对接,那依托云计算、大数据、物联网等新技术崛起的智慧农业则是两者的深度融合。“你看,我们基地上万亩田的翻耕情况都在这,耕作层深度、有无重复和漏耕一目了然。”江西南昌智慧大田农业科技发展有限公司负责人邹泰晖打开手机上的“大田物联”APP说,他们田

对此,欧阳日辉表示,共享用工在疫情之后也有规范发展成为我国就业新模式的机会。在互联网、新零售、餐饮服务等行业,零工经济模式早已得到市场的认可,疫情客观上扩大了共享用工的行业和领域。疫情过后,其在养老、托育、家政等就业潜力大的领域将得到进一步发展。此外,“有关部门一直在利用互联网平台开展更为精准的网上就业服务,通过大数据技术汇集个人和企业的电子档案袋。已有的互联网就业平台和共享用工平台可以与政府合作,根据抗击疫情过程中暴露出的需求和问题,完善和调整原有的技术和业务架构,在疫情之后抓住机遇健康快速发展。”欧阳日辉说。早在2018年6月,李克强总理在考察58集团时就提出,要积极培育和引导分享经济、零工经济等新业态健康发展。而在行业互助背景下红火起来的共享用工模式,的确正在受到更多的政策层面的鼓励。如广东省东莞市人社局推出3类企业用工余

### 相关链接

## 面对疫情,共享经济“危”“机”并存

此次疫情期间,包括共享用工在内的“共享模式”,作为一种高效的资源配置方式,对冲抵疫情对民生带来的负面影响产生了实际帮助。据国家信息中心分享经济研究中心近日发布的《中国共享经济发展报告(2020)》,共享经济在推动服务业结构优化、促进消费方式转型等方面的作用进一步显现,也在稳就业方面发挥了积极作用。在整体就业形势压力较大的情况下,共享经济领域就业仍然保持了较快增长。平台员工数623万,比上年增长4.2%;共享经济参与者人数约8亿人,其中提供服务的人数约7800万人,同比增长4%。报告认为,年初暴发的新冠肺炎疫情对共享

经济不同领域短期内既有“冲击”也有“刺激”。受冲击最大的是共享住宿、交通出行、家政服务等线上线下融合程度高且必须通过线下活动完成整个交易闭环的领域,平台企业的订单量和营业收入大幅减少;而共享医疗、教育、外卖餐饮等领域,得益于消费动向线上的迁移,平台用户数量和交易量猛增,出现了与大势进行的小高峰。报告特别指出,共享经济当前最为迫切、也最具挑战性的问题是突发疫情所带来的冲击以及如何缓解平台企业空前的经营压力。除此之外,地方自由裁量权过大,《电子商务法》落地实施尚缺乏细则支撑,平台灵活就业人员的社会保障不足等问题也亟待解决。

### 热点追踪

## 为抗疫跨界,他们“不务正业”的底气从哪来

本报记者 王延斌 张景阳

随着新冠肺炎疫情持续蔓延,一些国家和地区抗疫物资短缺的问题逐渐凸显,世界卫生组织表示正“尽最大努力”保证供应。同时,多国正借鉴中国一些企业转产医疗物资的经验,协调其制造业企业转型生产呼吸机、口罩等紧缺设备。作为全球制造业大国,在这次疫情中,中国有多家制造业企业成功跨界转产抗疫物资,引起广泛关注。

### 疫情期间中国企业纷纷跨界

天眼查数据显示,以工商注册变更信息为标准,2020年2月1日至3月15日,全国超过2.8万家企业经营范围新增了“口罩、额温枪、消毒液、防护服、医疗器械”等相关业务。企业纷纷跨界,一方面源于一线防疫物资,特别是医用防护服、口罩等存在较大缺口;另一方面源于政府层面的鼓励。此前,受新冠肺炎疫情影响,我国口罩、防护服、酒精等医疗卫生物资需求暴涨,财政部、国家发展改革委、工业和信息化部三部委发文,鼓励企业通过技术改造、增添生产线(设备)迅速扩大产能等,多措并举扩大重点医疗防护用品生产供应,实施疫情防控重点医疗物资政府兜底采购收储;国家发改委、工信部、市场监管总局等开启“一路绿灯”模式,从资金、政策等层面“鼓励和推动相关企业转产医用物资”。“这次大规模企业转产是战时经济动员的一次有力检验。”北京市国民经济和装备动员办公室专职副主任刘智明说。

### 完整灵活的供应链是随机应变的底气

只用了几天时间,上汽通用五菱就完成了从提出自产口罩到第一批产品交付。2月8日,汽车企业比亚迪在其官方微信上宣布援产口罩和消毒液,2月16日首批医用级免洗消毒凝胶就已发货给一线的抗疫人员。从建筑机械制造业跨界到口罩研制,天意高科技公司仅仅用时20天。从2月10日开始,他们抽调40名技术人员动手研发,仅用时7天就设计出了样机图纸,又用13天生产出了全自动口罩机。……是什么让这些企业的跨界速度如此之快?科技日报记者采访多位专家了解到,生产口罩的技术门槛并不高。汽车行业本身就具备“大产业”的优势,相对于其强大的生产能力和高效的社会资源统筹能力而言,制造口罩可以说没有太大难度。例如,生产口罩的关键原材料是一种特殊的聚丙烯,这种材料在汽车的内饰中会大量采用。生产医用口罩要求恒定的温度和湿度,并且需要无尘环境,这也与车企生产基地的“涂装车间”相契合。济南一位不愿具名的“跨界者”告诉记者:“造口罩,我们是认真的。从无菌车间到原材料,从生产线到供应商,专业口罩生产所需要的条件,我们都有。”由此可见,完整而灵活的供应链是制造业实现“随机应变”的底气,更是应对挑战、抵御风险的关键。

### “不务正业”也能焕发新生机

北京亿都川服装集团有限公司创始人何博远指出,转产意味着要基于企业现有的生产条件,进行车间改造、设备采购、员工培训、资质申请,还需掌握必备的生产工艺和流程。显而易见的是,生产线与原材料的投资难以在短期内收回,而疫情过后的市场需求亦将大幅回落,那么这些跨界企业将何去何从?专家指出,我国医疗器械市场需求很大,2018年我国医疗器械市场规模已经涨至5304亿元。随着国内公众消费水平不断升级,人口老龄化加剧,以及医保覆盖范围的扩大,医疗需求增加有望持续增长,医疗器械市场规模将进一步扩大,前景被看好。山河智能副总经理朱建新在接受媒体采访时表示,口罩机作为一种特种装备,将成为山河智能生产的常规化产品,这次疫情后,人们的生活习惯将发生一些改变,他们对未来市场十分看好。“转产防疫生产线只是企业在医疗健康产业板块布局中的一部分。”梦洁集团供应链中心总经理但涛说,目前企业正在研发一些健康功能型产品、材料,将家纺产品与健康功能进行结合,基于前期销售反馈,已经初步感受到市场对健康产品的需求和青睐。此次疫情对于企业而言不全是危机。如果以疫情为先,以用户为本,把握好营销的度,企业“不务正业”也有可能焕发出新的生机。



从建筑机械制造业跨界到口罩研制,天意高科技公司仅仅用时20天。从2月10日开始,他们抽调40名技术人员动手研发,仅用时7天就设计出了样机图纸,又用13天生产出了全自动口罩机。  
受访者供图



在四川省大邑县四川润地数字农业中心,技术人员使用数字农业监管平台查看农作物各项数据。  
新华社记者 王曦摄

### “互联网+”助农产品出村进城

“我们的沙棘木耳,色泽饱满,入口爽滑弹牙,极富营养价值,欢迎大家购买品尝。”3月21日,黑龙江省孙吴县长徐钢通过直播平台,向全国网友推介孙吴县的农产品。在疫情中,这样的场景并不鲜见。一场场火爆的直播,不仅缓解了疫情下的农产品滞销难题,更让人们看到了农产品网上销售的广阔空间。短短几个小时销售额就达32.42万元,第一次在线直播卖货的江西铜鼓县副县长陈伟峰触动很大:“以后可以考虑建立全网综合性的电商平台,销售的也不局限于贫困户的产品,也要包括名优特产、旅游产品、康养产品等。”应急之举逐步转为长效机制,农产品网上销售迎来快速增长。

### 乡村“新基建”释放潜能

在线问诊、在线教学、在线办事……在这次疫情中,越来越多农民开始接触“线上”生活,以往城乡间的“数字鸿沟”不断缩小。城乡“数字鸿沟”的背后,也蕴含着乡村“新基建”的巨大空间。《数字乡村发展战略纲要》提出,将加快乡村信息基础设施建设,大幅提升乡村网络设施水平,全面实施信息进村入户工程,加快乡村基础设施数字化转型等。发展“互联网+教育”,推动城市优质教育资源与乡村中小学对接;发展“互联网+医疗健康”,引导医疗机构向农村医疗卫生机构提供远程医疗、远程教学、远程培训等服务;实施“互联网+小农户”计划,提升小农户发展能力……随着一项项举措的实施,未来不仅农民生活将更加便利,乡村经济也将更加繁荣。根据《数字农业农村发展规划(2019-2025年)》,到2025年,我国农村互联网普及率由2018年的38.4%大幅提升至70%,农业数字经济占农业增加值比重将提升至15%,农产品网络零售额占农产品总交易额比重将达到15%。