



## 疫情冲击，“无接触商业”提供解决方案

线上点餐付款、餐品制作后送至固定区域、消费者凭订单号自取……最近，中国饭店协会宣布与多家餐饮品牌联合落地首批“无接触”餐厅，让“无接触商业”这一概念受到热议。

“无接触商业”，顾名思义，就是通过线上交易、线下定点配送、用户自提等方式，在商业活动中避免人与人之间的直接接触。面对新冠肺炎疫情的冲击，不仅仅是餐饮领域，很多行业也纷纷试水“无接触”服务。从一些大型商超、商城转战线上销售，到各大快递公司出台各自的无接触配送标准，再到某外卖平台的数据显示，采用无接触配送的订单占80%以上……既能最大程度减少交叉感染的风险，又能兼顾复工复产的现实需要，“无接触”订餐、配送，不失为企业经营的新思路。

选择“无接触”固然有企业在特殊时期“自救”的成分，但由面对面服务向线上线下结合的商业模式转型，以此减少人力成本、提高服务效率，其实早就紧锣密鼓地展开。比如说近年来，无人货架、无人超市的兴起，很大程度上改变了零售的业态。再比如，不少物流公司推出的智能快递柜进入各大小区，无人机、无人车等配送方式，也有了一定普及率。只不过相比较之前的不温不火，疫情冲击更加凸显了“无接触商业”的意义，加速了技术力量的整合，增加了这些应用的使用场景。

作为一种解决方案，“无接触商业”能够减少疫情给人们生产生活带来的影响，而作为新的经营模式，将很大程度重塑商业形态、重新定义服务场景。由堂

**最新的金华地区人事考试招聘信息，请关注公众号：金华人事考试在线**





食为主的餐厅转向聚焦线上经营，实现从餐品制作到交付全过程无接触，意味着要改造线下环境和操作流程；无人超市更为广泛的普及，将加速人工智能、大数据等新技术的落地，推动传统零售转型升级；而对于快递、外卖行业来说，无接触的取派方式倘若能够延续并普及，将革新传统物流的末端生态，改变运力构成和用户习惯。这一过程，除了催生新技术、新业态、新模式，也会诞生更多新工种、新职业。

从消费者的角度来看，人们的需求是多种多样的，在不同环境中也会呈现不同的特点。适应并满足这些特点的需要，检验着互联网发展的精细化水准、体现着技术服务人的能力。在这次疫情中，在线教育、远程医疗为人们提供足不出户的优质服务，服装、美妆等业态大幅转战直播平台，不少线下接触式文旅服务被搬到线上，甚至连音乐节也可以在线举办。即便宅在家中，也能享受到多元多层次的消费体验和服务。正是互联网技术在人们日常生产生活的丰富和拓展，让众多商业领域找到了延展空间，可谓危机中蕴藏着发展机遇。

当然，能不能抓住机遇，能不能把非常时期的“权宜之计”变成发展壮大的持久动力，既要靠企业的自主创新，也需要行业共同努力。前不久，国家邮政局提出“积极推广智能快件箱模式”，多地政府部门也出台政策鼓励无接触商业服务。这些给无接触商业的未来发展带来积极预期。也要看到，无接触商业还处于起步阶段，存在着服务标准缺失、盈利模式不清晰等痛点，解决这些问题是当务之急。最近一段时间，随着许多地方复工复产的陆续展开，街头巷尾的烟火气也渐渐浓了起来。然而疫情防控还不能放松，这个时候，被迫转型也好，主动升级也要，我们需要更多的智慧、更多的创新。

**最新的金华地区人事考试招聘信息，请关注公众号：金华人事考试在线**





来源：《人民日报》评论

最新的金华地区人事考试招聘信息，请关注公众号：金华人事考试在线

