

提前规划、敏捷决策、保持投入

企业需谨慎应对2023年跨境差旅风险

■ 本报记者 林畅

国际 SOS 近日发布的《2023 年度全球风险展望》报告显示,尽管新冠肺炎疫情大流行造成的严重影响在许多国家地区逐渐消退,但 2023 年全球企业机构仍将面临显著风险。专家预测,由诸多风险因素构成的“持续性危机”中的全球商业运营环境,将影响全球企业员工,并可能会降低企业机构的生产力。

国际 SOS 提示,企业机构在 2023 年应做好以下风险应对准备:及时、准确、可靠、具有可操作性的信息和分析为企业决策赋能;适应“持续性危机”,应对来自地缘政治局势转变、社会经济挑战和两极分化加剧风险的挑战;差旅逐步恢复的当下,为多变的情况提前规划,为差旅人士提供更多支持;气候变化等因素正在增加健康风险,并造成广泛影响,亟需做好全面的健康保障;职场进入心理健康新时代,企业应更重视快乐工作。

许多企业重新将地缘政治风险

列为风险计划中的重点考量因素。海外社会动荡将是造成 2023 年生产力下降的一个关键因素。33%的海外受访者认为,当地的局势动荡将影响商务差旅。

因此,企业为有效应对不断变化的全球风险环境,需持续评估各种情况发生的可能性和潜在影响,以明确其对自身业务及当地人员的影响程度。

许多危机管理团队正在学习如何应对“持续性危机”。受访专家认为,企业正面临“危机管理疲劳”,因此在此 2023 年为危机管理团队提供适当的培训、投入和支持将使企业机构受益。解决“危机管理疲劳”是从“持续性危机”状态向具备危机韧性转变的关键,有效吸取过去经验教训的企业机构将具备更强的应对挑战能力。

国际 SOS 全球安全总监 Sally Llewellyn 表示,制定应对措施前,首先要了解企业机构运营的风险环

境、驱动因素以及最有可能对员工和运营造成的影响,“这可以帮助企业机构确保建立正确的早期预警系统,了解潜在的触发因素,以及如何针对各类安全风险问题做出应对。风险意识的培育也是关键。员工和决策者需要了解各类风险,以及企业机构可以采取哪些措施来减少风险和保障员工安全。”

2023 年,企业还需要从多个层面考虑气候变化的影响。可以预见的是,与气候变化相关的健康风险可能会增加。专家认为,气候变化正在加速传染病的出现,本世纪以来多次疫情暴发证明了这一点,比如非典、埃博拉、新冠肺炎疫情和猴痘等。有关方面预计,超过半数已知人类致病性疾病会因气候变化而加重。

国际 SOS 医疗总监 Irene Lai 表示,企业机构已经非常清楚如何应对目前的新冠肺炎疫情,在现有认识的基础上,企业机构应该拓展

危机和业务连续性计划,加入已知的和潜在的健康威胁因素。针对大概率事件和极小概率“最坏情境”来开展演练,将确保团队在这些情况发生时有所准备。气候变化正在同时引发多种危机,新的传染病还会不可避免地暴发,因此确保企业机构韧性的前瞻性计划至关重要。

该报告的数据显示,大多数企业机构(86%)的差旅风险管理预算持平或有所增加,因此全球差旅活动将继续增长,并逐渐恢复到疫情前水平。来自国际 SOS 的差旅追踪数据显示,目前国际差旅数量已恢复到疫情前的 83%,但差旅人员寻求建议或援助的可能性是以前的两倍。2023 年,差旅活动面临的环境将更为复杂,提前降解风险至关重要。好消息是,尽管成本不断上升,但受访专家预测,2023 年差旅管理预算将增加或保持不变。这类投入将是未来一年保障差旅人员健康安全出行的关键。

私域营销成企业数字化转型重要趋势

■ 本报记者 钱颜

随着移动互联网发展,越来越多消费场所从线下迁移到线上,变成一个个虚拟的场域,比如小程序、App 等。在日前举办的数据驱动与发展活动上,神策数据咨询专家高烽程表示,品牌零售行业逐渐从传统的“人货场”模式中的“以货为主”开始向“以人为本”转变,也就是说,企业已经逐渐认识到以消费者为中心的数字化运营重要性。当品牌零售企业意识到“以人为本”和消费者资产的重要性,私域营销便成了数字化转型的重要趋势。

“消费者在品牌私域里有着自己的生命周期,消费者会通过广告等方式认知品牌,再通过品牌私域平台的互动活跃,对产品产生兴趣并完成购买,忠诚度也同时提升,开始复购和推荐给其他人。”高烽程表示,总结起来,这四个阶段分别为:认知—兴趣—购买—忠诚。不同业务阶段的目标也不同,比如第一阶段主要是全域拉新,第二阶段主要为私域促活,第三阶段主要为私域转化,第四阶段为忠诚提升。

其中,私域促活是容易被企业忽视的。高烽程介绍说,私域促活主要分为激活和留存两大目标。激活指的是当消费者来到品牌的私域平台后,很多人没有明确的购买目的,通过核心体验优化、资源位运营及搜索优化等手段让消费者快速地进入到品牌希望其进入的模块,比如购买页或核心内容页等。留存则是指用户来了之后还想来。花了很多代价拉来的新用户来了一次就再也来不来,是很多品牌商的痛点,企业可以通过全生命周期运营和千人多面推荐来促进用户留存。推荐用户感兴趣的内容,比如对足球爱好者推荐足球内容或是交叉推荐篮球内容,有助于用户长期活跃。

具体该如何操作?高烽程表示,先建立品牌用户资产中心,只有地基打得好,后面的一切工作才有意义。再进行用户洞察分析,细致地洞察品牌消费者,为未来的精细化运营服务。对消费者有了认知和洞察后,再为他们打造一套分层、标签体系及完整的触达方案,并建立评估体系,从而不断优化运营策略。例如,D 品牌是一家头部电子消费厂商,主要销售吸尘器、吹风机等电器用品。618 大促期间,该品牌希望通过运营触达促使用户完成消费转化。在已经有用户资产中心的基础上,通过数据洞察找到哪些消费者已经接近购买,例如有对比商品、观看直播、收藏等行为的用户,最终把 90 天内浏览商品详情页 5 次以上的用户圈选为触达的核心用户。随后实时追踪浏览购物车、加入购物车、咨询客服等关键行为后 30 分钟未购买的用户。最后以较少的成本,起到了近万人购买产品的效果,达到了私域运营的目标。



中企在埃及投资建设的安琪酵母(埃及)有限公司年产 2 万吨酵母制品扩建项目近日开工。项目建成达产后,该公司酵母制品总产能将达到年产 6 万吨。图为工人在安琪酵母(埃及)有限公司的酵母抽提物生产车间工作。

新华社记者 王东震 摄

运用 AI 专利不断开辟新领域新赛道

■ 本报记者 穆青凤

在新一轮科技革命和产业变革的大背景下,人工智能创新链产业链“双链”融合是释放数字化叠加倍增效应、驱动数字经济智能化跃升、打造产业综合竞争优势的必然路径。国家工业信息安全发展研究中心、工信部电子知识产权中心日前发布的《AI 创新链产业链融合发展赋能数字经济新时代——中国人工智能专利技术分析报告(2022)》(以下简称《报告》)显示,自 2011 年、2012 年开始,人工智能领域的中国专利奖占比逐年提高,专利许可转让数量呈上升趋势,专利诉讼遍及多个应用场景,高价值专利对技术产业应用起到了促进作用。

截至 2022 年 9 月,我国深度学习、智能语音、计算机视觉、自然语言处理、知识图谱领域申请的相关专利分别为 23 万余件、8 万余件、18 万余

件、8 万余件、4 万余件,专利申请呈现稳步增长的态势,百度公司、腾讯公司、国家电网、华为公司四家企业在上述技术领域表现较为突出。

《报告》显示,在众多基础技术中,因计算机视觉技术起步较早,在人工智能技术早期发展中起到了重要作用。但 2013 年以后,伴随多层神经网络技术的突破,基于反向传播算法的深度学习技术有了质的飞跃,在技术与政策双红利的推动下,深度学习相关专利数量也呈现爆发式增长,2016 至 2021 年深度学习专利申请年均复合增长率达到 53%,对人工智能的引领作用开始逐步凸显。随着近年来自然语言处理技术在智慧城市、智慧交通、智慧医疗等各种应用场景的广泛应用,自 2017 年起相关技术创新开始提速,2021 年自

然语言处理的专利申请量仅次于深度学习和计算机视觉,发展势头强劲。

从创新链主要创新主体的专利分布看,智慧工业是各创新主体重点布局的应用场景,在七大类“智慧+”场景中发展最为成熟。工信部电子知识产权中心负责人表示,在我国现代化城市建设及新基建不断推进下,智慧城市、智慧交通也成为创新主体竞相布局的热门场景。随着人工智能在农业、教育、医疗等传统领域的不断深入,智慧教育、智慧农业等成为创新主体着重布局的新兴应用场景。同时,人工智能技术正在全面赋能千行百业,不断推动产业智能化升级,涌现出“海淀城大脑”“灵医智慧 AI 医疗品牌”“普惠金融人工智能开放平台”等众多优秀实践案例,以人工智能为核心

的产业集群正加速形成。

《报告》认为,人工智能“头雁效应”持续彰显,作为传统产业转型升级的核心驱动力,人工智能技术正成为催生新产业新业态新模式的重要引擎。从生产方式的智能化改造,生活水平的智能化提升,到社会治理的智能化升级,这都体现出对人工智能技术、产品、服务及解决方案的旺盛需求。我国人工智能领域专利积累深厚,产业规模庞大,创新技术应用场景加速落地,具备良好创新优势和产业基础。未来一段时间内,应加快 AI 技术创新产业化应用,运用 AI 专利不断开辟新领域新赛道,全面实现人工智能创新链产业链深度融合,赋能传统产业转型升级,推动我国数字经济高质量发展。

农业贸易百科

我国自俄罗斯油脂油料进口情况如何?

■ 秦韶聪

油脂油料是我国农产品进口中最主要的品类之一,2021 年约占农产品进口总额的三分之一。俄罗斯是我国油脂油料主要进口来源地之一。近年来我国自俄罗斯油脂油料进口实现较快增长,未来仍有较大潜力,但面临的不确定性因素增多。

一、我国自俄罗斯植物油进口情况

俄罗斯是我国植物油进口的重要来源地,近年来我国自俄罗斯植物油进口总体呈上升态势。2017 至 2021 年,我国自俄罗斯植物油进口量由 27 万吨增至 88 万吨,年均增长 35%,增速在所有来源地中位列第一,占我国植物油进口比重由 3%增至 7%。目前,俄罗斯已成为我国植物油第五大进口来源地。

我国自俄罗斯进口的植物油主要有葵花籽油、菜籽油和豆油。葵花籽油是我国自俄罗斯进口量最大的植物油,2017 至 2021 年年均进口 35 万吨,占我国葵花籽油进口总量的 30%,2017 至 2020 年进口量年均增长 83%,2021 年有所下降。菜籽油是近 5 年我国自俄罗斯进口增长最快的植物油品种,进口量实现连续增长,年均增长达 105%,年均进口 16 万吨,占我国菜籽油进口总量的 10%。豆油是我国自俄罗斯进口最稳定的植物油,近 5 年进口量年均增长 5%,年均进口 18 万吨,占我国豆油进口总量的 22%。

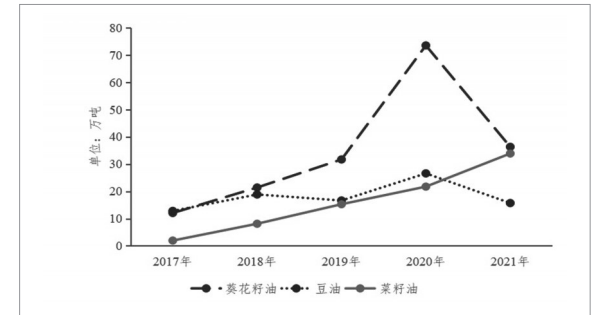


图 1 我国自俄罗斯植物油进口量

二、我国自俄罗斯油籽进口情况

俄罗斯也是我国油籽进口的重要来源地,2017 至 2021 年我国自俄罗斯年均进口油籽 99 万吨,年均增长 9%,其中,2018 至 2020 年的进口量均在 110 万吨以上,2021 年有所下降,进口量 88 万吨,同比下降 25%。

我国自俄罗斯进口的油籽主要有大豆、油菜籽、亚麻籽和葵花籽。大豆是我国自俄罗斯进口量最大的油籽,2017 至 2021 年年均进口 66 万吨,但仅占我国大豆进口总量的 1%。油菜籽是我国自俄罗斯进口量第二大的油籽,近 5 年年均进口 18 万吨,年均增长 13%,占我国油菜籽进口总量的 5%。亚麻籽是我国自俄罗斯进口比较稳定的品种,俄罗斯是我国亚麻籽第一大进口来源地,占我国亚麻籽进口总量的三分之一。2021 年在其他油籽自俄进口量均下降的情况下,亚麻籽逆势增长 102%。葵花籽是 5 年间我国自俄罗斯进口增长最快的品种,2017 年我国自俄罗斯进口葵花籽仅 351 吨,2019 年大幅增加到 3 万吨,随后趋于稳定,近 5 年年均进口 2 万吨,占我国葵花籽进口总量的 11%。

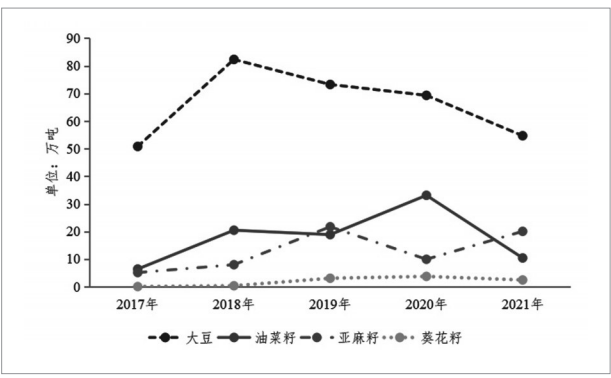


图 2 我国自俄罗斯油籽进口量

三、我国自俄罗斯油脂油料进口前景

俄罗斯是全球最具潜力的油脂油料生产国和出口国之一,我国自俄罗斯油脂油料进口仍有较大空间。近年来,俄罗斯油脂油料产量不断增长,为出口创造机会。近 10 年俄罗斯植物油和油籽产量年均增长率均为 7%,美国农业部预计 2022/23 年度俄罗斯主要油脂油料产量继续增加,油菜籽和菜籽油是产量增长最快的品种,增长率分别为 41%和 32%,其他品种油脂油料的产量也都有不同程度增加。2022 年前三季度,我国自俄罗斯进口菜籽油 26 万吨,同比增长 18%。亚麻籽也延续了 2021 年的上涨态势,进口量同比增加 1.6 倍,大豆进口量则在连续 3 年下降之后呈现增长。

同时,我国自俄罗斯油脂油料进口面临的不确定性因素增加。俄罗斯为保护国内市场,于今年宣布多项出口限制措施,受此影响,前三季度我国自俄罗斯进口葵花籽油、油菜籽和葵花籽大幅下降。俄乌冲突、俄罗斯贸易政策稳定性成为影响我国自俄罗斯油脂油料进口的重要因素,需密切关注。

表 1 前三季度我国自俄罗斯油脂油料进口量同比变化

	品种	2021 年前三季度进口量(万吨)	2022 年前三季度进口量(万吨)	同比(%)
油脂	葵花籽油	35	9	-75
	菜籽油	26	31	18
	豆油	15	5	-69
油料	大豆	45	50	12
	油菜籽	10	1	-99
	亚麻籽	12	31	160
	葵花籽	2	0.2	-91

(来源:中国贸促会农业行业分会(农业农村部农业贸易促进中心))