

时隔3年，本报记者回访曾遭遇疫情冲击的小商户——

# 在中国，这些小店向阳生长

本报记者 李 婕

街角的那间小店怎么样了？

疫情3年，无论作为顾客、朋友抑或路人，我们一次次心怀关切。生活中的“附近”，是由小店搭建的；中国经济的“毛细血管”，也是由小店串联而成的。中国有1亿多个个体工商户和大量小微企业。小店复苏了，“人间烟火”就有了亲切的载体。

2020年6月，第一波新冠疫情突袭后，本报记者曾采访了位于武汉、杭州、广州的3家小店，听他们讲述逆境下拼闯突围的故事。3年后的今天，本报记者又进行了一次回访。令人欣喜的是，他们都穿越了疫情的阴霾，迎来2023年新的春天。一起来听他们的故事。

## “再开新店，支棱起来”

小店：悦东方便捷酒店  
地点：湖北省武汉市  
讲述者：店主肖雅星

概况：2017年第一家店装修开业，目前开出3家单体便捷酒店，全部扛住疫情冲击，迎来客流回升



现在的行情，用我们业内的话讲，“爆了”。开年到现在，我这3家小酒店都能做到90%左右的出租率，比如悦东方便捷酒店每天只空很少的几间房。我自己都震惊了，即便是周日、周一都能满房，要知道一般来讲这两天住宿的人是相对少很多的。现在的情况，比疫情之前还要好。我们酒店在火车站附近，明显感觉商务出差、旅游、本地短途等各种类型的客人都多了。

什么时候发现需求上来的呢？大年初二。那天原本只打算让1家店开门，但当员工来上班，一开放接单，订单直接爆满。看这形势，我们紧急又开了另外2家店，把过年回家的阿姨们都叫回来，付3倍工资。大年初三，我们3家店就都开门营业了，订单也还是火爆。

现在想，我们能挺过3年疫情，迎来2023年的春天，真不容易。最焦虑的是去年末，对我们单体酒店来说，每年那会儿都是淡季，去年更是“淡中之淡”，每家店都亏了好几万元。那段时间之外，疫情期间我们的营收除去房租、水电、人工成本，基本还能打平。当然，我们也想了很多办法。

你能相信吗？现在最低300元一晚的房间，去年一

度只能卖68元，到“十一”起步价也只有109元，而且“十一”过后房间也不好卖，天天发愁，愁订单。那会儿我天天在店里转，还发现一个问题，酒店是2017年装修的，到去年设备老化问题比较明显了，比如床品折损、有异响，客人反映问题的也比较多。当时考虑床品升级，但的确是一笔不小的费用。换还是不换？

刚好，美团推出了“认证好床”房型改造项目，费用可以从营业额里直扣，而且分期付款，支付起来没压力。我这3家店一次性升级了30间房，换的都是乳胶床垫、乳胶枕，顺势推出了乳胶主题房，没想到订单量马上拉上来不少，客人反馈也很好，复购率很高。紧接着，我们又更新电视、投影设备，推出了“智能投影主题房”，同样反响不错。不断提升客户体验，确实让我们在激烈的竞争中多了一条被消费者选择的理由。

疫情3年，不管订单多少，我们争取每天都营业。酒店虽小，但配备了智能无人前台和密码锁，可以实现入住过程的全程无接触，这样即便在疫情的特殊情况下，开门营业是没问题的。我几年前决定用这套设备的时候，看中的就是它的便捷和安全性，没想到，这几年，年年派上用场。

总之，靠着我们还不错的运营水平，3家店都熬下来了。我一直是乐观主义者，相信一切总会过去的，只要没倒，坚持一下，就有希望。

最近，国内旺盛的出行需求明显释放出来，整体预期不错，我计划今年再开一家新店，重新支棱起来。



▲本报2020年6月18日推出的小店报道版面图。

## 记者手记

拨通肖雅星的电话时，她正在自家店里吃西瓜。那会儿是下午3点钟，酒店一天中相对空闲的时间。最近生意好起来了，隔着电话，也能听出这位年轻店主心情的放松与爽利。

电话这边，我的心情也是一样。时隔3年，再去翻找3家商户的联系方式，起初心里打鼓：不知道他们的店还在吗？经营得怎么样？没想到，一个个拨通电话，他们无一例外地告诉我：挺下来了，真好。3年前，我曾写道，小店主们坚信“转起来就有希望，挺下去就有机会”，这样的朴素信念，一点没变。

当然，他们只是千千万万坚强屹立于变局中、经受了疫情考验的中国小店中最寻常的3家。但是透过他们的经历，我忍不住思考，这些中国小店为什么“能”？

因其坚韧。坚韧的表层，是坚持。这些从街头巷尾、镇集社区里“长”出来的小店，各有其生存哲学，但大都能“扛”事儿。遇到挑战，哪怕是咬紧牙关，也要挺一挺、拼一拼，相信冲过去就有机会。坚韧的里层，是乐观。即便是疫情最难的时候，他们也告诉我“相信困难总会过去”“相信一切会好起来”。信念与心气儿，帮他们对抗风雨。

因其变通。小店首先很灵活，没有复杂的决策程序，看准了机会就能跳跃，认准了路子就能“上车”。身形小，转身快，这是优势。所以，我们看到这么多小店开通外卖、发展线上、做起直播、拓展业务。小店主通常也是实干派，不好高骛远、不脱离实际，没有包袱、说干就干、善于变通，这是他们实践的智慧。

小店必然也有弱点。市场经济的大潮中，身形难免单薄，力量偏显微弱。好在在这1亿多市场主体越来越多地被看见、倾听与帮助。一项项扶持政策接连落地，为他们的生长“施肥”；一个个数字化平台搭建起来，为他们的成长赋能。那各地竞相打造的“小店经济”，不正为小店创造更多空间吗？

春天正在发酵，初夏就要到来，愿更多小店蓬勃生长。最后，“大海里没有无名之辈”——这句话，想送给中国小店。

大海里没有无名之辈  
李 婕

## “店子守住了，老味道还在”

小店：孖记士多粤菜馆  
地点：广东省广州市  
讲述者：店主李彩明

概况：25年的老店，从父母亲独自支撑到现在拥有30位左右员工，疫情期间持续开门营业

用餐的客人到我家店里能看到三幅油画：一幅是旧店巷子口食客蹲着等位；一幅是爸爸踩着单车；一幅是我们姐妹俩。相信看过的客人都会有朦胧的感受：这是一家有故事的老店。

从爸爸手里20年的风风雨雨，到我和妹妹接手后遭遇疫情，让我们全家欣慰的是，店子守住了，“孖记士多”老味道还在，而且挺受欢迎。

现在，我们的新店址还是在广州老城区，不管是本地人还是外地游客，都喜欢来寻访一口老味道。今年，食客又多起来了。

最明显的是今年一二月，说起来有点夸张，每天排队等号的客人络绎不绝。我们那会儿晚上10点钟关店，但每晚七八点就不得不不停止排号。有些游客专门从外地赶来，就为吃这一口，我们也不忍心扫兴，只好建议客人打包带走。结果，经常到了关店的点，店里还有大批客人坐着等打包的食物。偶尔连后厨也抱怨，说店一开就不停地转，食客就跟涌进来一样。现在，客流平稳了



但店里周末也还是要排队，不过好在还能应付过来。疫情刚暴发那会儿，最大的挑战是不能堂食，我们就从零开始做外卖。我印象很深，2020年，我们第一次开通了美团外卖，第一天就接到了订单。后来，堂食关闭的时候，我们外卖订单最多做到了450多个，大概是现在正常经营情况下的2倍多，还挺好的。那会儿如

果不是靠外卖，店里30位左右员工，人工加房租每个月近20万元的支出，实在不敢想。

订单太少也不行。经常有人问：光是这些新鲜食材成本就摆在那儿了，这样的定价，你们是怎么赚钱的？靠的就是薄利多销。我们的愿望，就是做一家性价比高的家常粤菜馆。而且，我们有招牌、有故事，相信顾客愿意过来。

不过，疫情期间，每天还是焦虑。醒来睁眼就是看手机，看各种疫情的数据，最害怕的就是不能开店。我们总觉得，能开店，能挺下来就不错。连我们的员工都说，这3年，在“孖记士多”挺好的。

上个月，爸爸提议我们去看看新店，如果有合适的可以再开一家。其实，我们不久前已经看准了一家门店，正在准备合同的时候，业主突然改主意了，因为他觉得现在这个行情，自己做也能挣钱。我们只能再去看别处的店子。

有很多食客、朋友都通过各种方式向我们抛出了合作的橄榄枝，希望来加盟的、做投资的都有，但我们还是想自己做、自己说了算。不为挣多少钱，就为老老实实在做好我们的“老味道”。

眼下要多开一家店，对我来说也多了一层压力。不确定因素有很多，但我们对挺下去还是有信心的，未来，当然希望越来越好。

## “深挖做精，一步步向上发展”

小店：左岸图文  
地点：浙江省杭州市  
讲述者：店主黄林华

概况：立足图文印刷行业，16年前从第一家小店起步，正在经历业务转型

疫情3年，我们开了6家新店。但这个故事，要从疫情带来的挑战说起。

我们是做图文生意的，纸质标书原来是业务大头。疫情期间，人员流动受限，很多公司、项目都开始电子投标，不需要打印标书文件，整体业务量很快就下来了。怎么办？我们就开始延伸拓展业务，做平面设计、广告印刷、活动策划执行、会议物料、标识标牌等，再比如党建文化墙和工地标画业务，我们都能接。这些业务板块开拓起来，大盘才能保住。疫情期间，那些只做图文没有转型的同行，90%以上业务都明显下滑。

新店就是在业务拓展的过程中开起来的。比如，我

们之前中了个标，是为湖州移动营业厅提供物料，为了经营对接，紧跟着在湖州的新店就开了出来。另外好几家新店也都是这样，不是早计划好的，而是生意和机会来了，也有这个实际需要，就把店开起来。现在我们在浙江共有13家店，其中杭州8家。

疫情期间，最大的感受就一个字：累。实际经营中遇到过很多困难，比如回款慢了，有时候因为疫情封控，结账都成问题；再比如，业务转型后，很多工作需要我们先垫资，现金流更紧张了，但好在咱们挺了过来。这当中，也得到了社会的帮助。比如，去年有2家门店就享受到了政府的免租金优惠。随着业务面拓展开来，我们疫情3年每年营业额还增长了30%。

之前觉得生意难做的时候，我也想着能不能找其他的行业来做，但发现大家都不容易，还不如从自身所在的



行业去深挖、做精。前些年，我就意识到图文和广告是一家，疫情让这种想法更清晰了，也让行动更加紧迫了。

其实，身边很多广告、会务公司这几年也面临业务少的问题，为啥我们还能逆势开拓？这就凸显了我们图文的优势，客户基数在，而且服务意识好，基本是随叫随到。随着设计、安装团队搭建起来，我们能承接一些以往广告行业的业务。

我们给今年定的目标是营业额翻一番。现在来看，有希望也有挑战。今年3月，我们的订单一下增长了50%，感觉积累的需求一下释放出来，但4月又淡了一些。接下来怎么样，还要看市场行情，但如果能多中几个标，目标也不是不能实现。

最近，我们还在社交平台上做线上推广。我是这么看的，现在光杭州一天有上千场会议，这些会议物料、设计我都有能力接；而且每天还有一批批新公司成立，这些初创企业还没有固定的图文广告合作公司，他们的门头、腰线、背景墙，我也都能做，机会还是很大的。未来，仍然希望把“左岸图文”开成全国连锁，但不会为了开店而开店，而是一步步稳扎稳打、向上发展。

▲福建省福州市三坊七巷历史文化街区吸引不少市民前来游玩。 谢贵明摄（人民视觉）  
本版图片除标注外均由受访者提供

## 了解小店

■小微企业和个体工商户是中国社会主义市场经济的重要组成部分，是产业链、供应链、消费链的“毛细血管”和市场的“神经末梢”。

■仅以个体工商户来说，近年来蓬勃发展，从2013年的4000多万户增长到目前的1.16亿户。

■个体工商户中近九成从事第三产业，集中在批发零售、住宿餐饮、居民服务等行业，是百姓生活最直接的服务者。

■网络直播、微商电商、新媒体等新个体经济发展迅速，已占到个体工商户总量的近三成，为经济转型注入了新活力。

■每个个体工商户平均从业人数是2.68人，总共带动全国近3亿人的就业，稳就业作用突出。

## 政策速览

2023年  
国务院促进中小企业发展工作领导小组办公室印发《助力中小微企业稳增长调结构强能力若干措施》，推动稳增长稳预期，为中小微企业发展注入活力。

财政部、税务总局发布《关于小微企业和个体工商户所得税优惠政策公告》，对小型微利企业和个体工商户实施税收优惠政策。

2022年  
《加力帮扶中小微企业纾困解难若干措施》发布，从资金支持、融资回款、降成本扩需求、加强服务保障等方面加大扶持力度。

《促进个体工商户发展条例》生效，聚焦个体工商户在经营场所、用工、融资、社保、创业扶持等方面的突出困难，提出针对性制度安排。

2021年  
国务院批准建立由11个部门参与的扶持个体工商户发展部际联席会议制度。各部门在便利准入、房租减免、税收社保、就业创业、金融支持等方面出台支持政策。

2020年  
对小规模纳税人适用3%征收率的应税销售收入减按1%征收增值税；小微企业、个体工商户等阶段性免征社保费；实施国有房屋房租减免政策等。

