

客人在麒麟书局体会一份安静闲适。(资料图片)

福州三坊七巷里有着不少特色小店。(资料图片)

“小店经济” 激活消费“一池春水”

□本报记者 郑瓚

走出热气氤氲的小餐馆,等待奶茶店出餐的间隙,再到隔壁水果店挑点水果,这些你再熟悉不过的生活场景背后,是街头巷尾随处可见的一家家小店。

2020年7月,商务部等7部门联合印发的《关于开展小店经济推进行动的通知》,要求全国一盘棋,加快小店便民化、特色化、数字化发展,“点亮”小店经济,带动“烟火气”,满足人民日益增长的美好生活需要。通知提出,至2025年,形成人气旺、“烟火气”浓的小店集聚区1000个,达到“百城千区亿店”目标。

作为福州最有代表性的街区之一,三坊七巷附近的小店林林总总,既承载着福州本地文化的传承,又是透视消费趋势的窗口。近日,记者走进这里的多家小店,记录下小店经济在复苏中焕发的勃勃生机。

复苏

一个周五的午后,阳光正好,避开三坊七巷喧嚣的主街,记者走进位于大光里的麒麟书局,古色古香的庭院,陈设却是现代文艺风。有人在角落里安静翻书,有人放空发呆,也有人在二楼露台聊天拍照,体味着各自的安静舒适。

然而时光并不总是这么静好。麒麟书局成立于2019年,定位是复合空间。除了书籍,还提供餐饮,有时还有展览、沙龙等。虽然拥有一批固定拥趸,但开业不久就赶上疫情,过去三年对麒麟书局来说,并不容易。

“来这里消费的客人,多是冲着‘氛围感’来的,无法线下消费,对我们的影响太大了。”书局主理人Q小姐回忆。一年前几乎同一时间,受疫情影响,店里一天里只接待了两名顾客。反反复复的疫情让同一片区不少店铺直接选择了关门,麒麟书局“血亏”,但熬过来了。她此前从事活动策划、文化策划工作,于她而言,麒麟是实现个人梦想的一方舞台。

从兔年春节开始,形势变了。那天,三坊七巷迎来了汹涌的人潮,麒麟也重现了久违的热闹。这一势头持续至今。美团数据显示,今年3月,福州市

关于“三坊七巷”的搜索量同比增长超过60%。

同处三坊七巷的瑞礼艺术手作工作室受疫情冲击要小一些。

拉坯、晒坯、施釉、烧窑,工序烦琐,需要极强的专注力。瑞礼主理人海翼希望在这个艺术化的社交平台里,客人能够跳出日常的生活状态,拥有一段艺术时光。

虽说体验的过程大于最终成果,但对于有想法的客人,毕业于景德镇陶瓷大学的他会绞尽脑汁帮助客人将创意呈现出来。“我希望客人们通过泥土的变化享受这个过程。”

有一个客人想做一个双头高脚杯,一面是海水、一面是火焰。这个灵感让海翼也觉得十分有趣,最终他们合力完成了作品。

“这个品类的核心能力在于审美的能力,比如平面上怎么高低错落,色彩上怎么搭配。而这恰好是我们的优势。”过硬的专业技能让瑞礼在业内小有名气,经营一直比较稳定。在校大学生,年轻情侣,以及有一定的美学基础、读设计专业的年轻人等,构成店铺的主要客群。

疫情防控政策优化后,海翼却感觉到竞争变激烈了,有一些店会用低价来吸引客人,客人能选择的消费场所也更丰富,他也不得不思考,如何留住、扩大消费客群。

上新

Q小姐注意到,虽然客流量已经基本恢复到疫情前水平,但大家在消费时,却比疫情前显得更谨慎些。“我们不会去降低品质要求,会更抓住人们对新事物的兴趣,调整产品品类。”

餐饮方面,此前店里的茉莉花、橄榄茶饮都融入了福州本地元素,颇受欢迎。接下来,国风元素、时令特色都会更鲜明,比如眼下主打草莓季,夏天可能是荔枝,秋天就会选柿子。店内的装饰也会按照时令变化定期更新。

许久未曾举办的展览,沙龙也在酝酿中。Q小姐谋划着,从烟火气重的美食沙龙或美食书籍分享会入手,现场还

会有美食品尝和陈列,之后是民谣,再往后就可以安排上学术性较强的活动。

海翼回忆,2017年刚开业时,工作室只提供陶艺制作,面积也只有20多平方米,后来在平台业务经理的建议下,根据消费市场热点,陆续增加了零基础油画、Tufting簇绒DIY、银饰DIY等流量产品,店面也扩大到70平方米,最多可接纳40人同时制作。近期,店里还将上线新的手作体验——将玻璃用火焰烧制成戒指、项链等手工艺品。

“老手艺人一辈子只干一件事,我喜欢尝试不一样的,探索不同材质间的更多可能。”海翼表示。

和麒麟、瑞礼一样遍布大街小巷的小店,被喻为“城市总体经济的毛细血管”。小店虽小,却承载了一个地方的基因和历史文化底蕴,更是城市经济多元化及创新的缩影,是城市的烟火气与人情味所在。小店活下来,忙起来,既能解决就业,又能繁荣市场,还能便利大众生活。对于提升城市经济活力、提振消费、拉动经济回暖起着重要作用。

来自平台方的数据显示,2022年,美团上新开小店的同比增速达7.2%,2023年两个月,已新增近50万家小店。仅2023年前两个月,美团上福州市就已新增小店近5000家。

定位为福州首家国风全时段餐吧的见山便是新人局者。

这家去年10月才开业的新店,像一个买手,全球范围内为社区客户优选上等的咖啡、酒水,配合店里工业风、国风并存的装修,中西融合菜也颇具特色,吸引了不少年轻人。以前,他们下午喝完咖啡,晚餐需要刷一下手机找吃饭的地方,还要再找休闲喝酒的地方来个第二场;现在,这个单一门店就可以满足这一系列需求。

“单独一家门店很辛苦,只能延长营业时间,增加种类,让客群多样化。”见山品牌主理人汤洋坦言。

扩容

参差多元、生动丰富,但规模小、客源少,抗风险能力弱,经营容易出现波动,是不少小店的共同点。

当下疫情的冲击仍未消散,需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力仍在延续。全国两会期间,市场监管总局负责人在答记者问时曾表示要让个体工商户这个“小方块”迸发出“大能量”。

眼下,美容美发、宠物、茶馆等数百种服务业态构成的数百万小店活跃在美团、大众点评等互联网平台上。平台通过数字化技术,帮助小店实现经营在线化、服务标准化,让有需要的人更便利地找到身边小店,也让小店被更多人熟知。

是否把“小店”做大经营者有着不同选择。见山的目标,不仅仅是做好这一家店。

看到了较好的复苏势头,见山今年计划在福州再开1至2家店。“我们希望以这个店为实验场,磨合出适合的产品和人员,有机会再输出到其他门店。”汤洋认为,“早C晚A”的生活方式(指早上需要Coffee提神开启打工生活,晚上需要Alcohol助眠结束一天的工作)在年轻人中颇为流行,这也让他看好全时段店空间的前景。

在他看来,创业阶段的小店,各方面还无法做到精细化运营,但福州消费者对小店的宽容度还是比较高的,正好是创业品牌成长的沃土。

海翼也有类似打算。他希望以社区为导入口,让更多人更便捷享有艺术体验。“按照马斯洛需求层次理论,人们会越来越注重精神层面的需求,所以虽然这个市场不会特别大,但也有足够的增长空间。”眼下,他同样把发力点放在了团队的培养上。

他不建议新创业者在租金、人员方面花费很大成本,而是建议与优质平台加强深度合作,从商品组织、业态引进到营销推广全面借助其成熟的工具平台。

在Q小姐看来,门店作为消费载体,一定要有吸引人之处。与连锁模式不同,单店要做出特色,非常依赖经营者个人兴趣和品位,这个是很难复制的。就像现在店里的书,并不求全,但一定是按照自己的喜好精选过的。

Q小姐觉得自己很难再“复刻”一个麒麟。所以决定再开一家店时,她选择了另一个全新领域,餐饮。那是另一个关于小店的故事了。

(应采访对象要求,Q小姐为化名)



顾客在瑞礼店内创作作品。本报记者 郑瓚 摄



麒麟书局举办的福船制瓷沙龙。(资料图片)



见山店内装修工业风、国风并存。(资料图片)

记者手记

让“小方块”迸发“大能量”

□本报记者 郑瓚

什么样的店算小店?官方定义指向居民消费的批发、零售、住宿、餐饮、家庭服务、配送服务等行业的个体工商户,雇员10人以下或年营业额100万元以下的微型企业,及年营业额1500万元以下的网店。由此形成促进大众就业、服务改善民生、驱动多元化消费的经济形态,就称为小店经济。

从体量、营收、利润来看,与各类“巨无霸”“500强”“独角兽”相比,小店几乎如同

“蚂蚁”般渺小,但每家小店背后,都是一家人生活的保障,一群人习惯的日常。以个体工商户形态存在的小店,是市场的“神经末梢”,也是就业致富的广阔天地。据统计,全国1.15亿个体工商户承载超过3亿人就业的基本盘,一家家忙碌而不起眼的小店,却汇聚起不可忽视的力量。

一个普遍的看法是,随处可见的小摊、小店,往往能激发居民更强的消费欲。然而受疫情影响,不少小店也面临着营业成本增加、营业收入减少、周转资金短缺

等困难,客源范围有限、同质化竞争也是长久以来的积弊。

今年以来,着力扩大国内需求被确定为经济工作的首要任务。发展“小店经济”,让更多小店活下来、忙起来,也许是提振消费信心一条较直接也温暖人心的途径。

我们乐见从中央到地方积极出台相关政策着眼于实体小店的难点痛点,通过精准优惠政策有效帮扶,精准、及时惠及个体工商户,助力小店经济发展前行。

如南京推出的“小店计划”,通过“引流聚气、数字升级、降本增效、便民服务、示范引领”五大行动,如今已惠及10万余家城市小店;广东省“量身定制”出台培育扶持个体工商户31条举措;广西也对如何实施“柔性监管”服务支持小摊、小

店发展有了更详细的规定,其目的就是为了“降门槛、激活力”,助推小店经济稳步发展……

泰山不拒细壤,故能成其高;江海不择细流,故能就其深。不断为小店营造良好的经营环境、及时有效为企业纾困,让小店烟火气更加升腾、人情味更加浓厚,驱动经济多元化和创新发展才不会是无源之水。以小店经济激活消费的“一池春水”,中国经济依然活力无限。

