

我为青年办实事 学思想 强党性 重实践 建新功

编者按

学思用贯通,知信行统一。根据党中央部署,从今年4月开始,在全党自上而下分两批开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育。作为党的诞生地、初心始发地和伟大建党精神孕育地,上海认真贯彻党中央决策部署和总书记重要讲话精神。本报从今天开始推出“我为青年办实事”专栏,通过记者的采访,直击全市各级单位特别是共青团组织针对青年所想、青年所急、青年所难开展的举措实事,解决青年面临的实际困难。

如何助青年小店重燃烟火气?

静安区推“青年小店公益支持计划”解决引流难等痛点

藏在小巷深处或转角街边的小店代表着城市的烟火气,更是我们热爱这座城市的理由之一。但在静安市中心黄金街区却有一些青年小店,面临着客流量不足等问题,亟需增加曝光度。“如果有关部门能帮忙为‘巨富长’等商圈做一些导流,增加小店线下的客流量,帮助我们在精准客户群体中进行转化,那就好了。”小店店主李杨感叹说。

青年报首席记者 范彦萍



“引流难”也是开茶室的林华伟面临的棘手问题。



95后小店主李杨正在为客人榨蔬果汁。

[市民建议]

年轻人的线下小店普遍遭遇引流难、曝光度不高等难题

青年小店到底面临什么样的困境呢?记者实地探访了“巨富长”商圈的三家店。

“你要尝下吗?味道很好的。”走进巨鹿路上的“三岁菜圃”,95后主理人李杨正在为客人榨蔬果汁。记者在店内观察了近一个小时,往来客人只有个位数。

在开这家小店前,李杨在一家做金融第三方软件的公司工作。今年5月1日,她出现在了“巨富长”商圈,当起了店长。

开店后,小店原本主要售卖有机蔬果,客群瞄准周边居民,但很快李杨就发现叔叔阿姨们对这类产品不太感冒。于是,主营产品悄然变为了有机果汁,将客群对准热爱健康饮食的年轻人。

李杨的想法是传导健康膳食的理念,但缺的就是推广渠道。而对于这样的小店来说,在网上做推广成本不低,做文案也缺乏精力。眼下,李杨能想到的推广方案仅仅是发朋友圈,还打算和瑜伽店、私人健身房合作推广。开源节流是每个月小店存活下去迈不过的坎。开业后,每个月三万多元的房租成为悬

在她头上的达摩克利斯之剑。

李杨所言的“引流难”也是华山路上沐白茶事主理人林华伟面临的棘手问题。两年前,林华伟初来乍到时,附近开了好几家茶室,最近,附近一家经营了6年的老茶馆关张,让他喜忧参半。喜的是原本商务楼里分散的客流集中到了他店内,忧的是若茶馆再无起色,他不知还能坚持多久。

在交流过程中,林华伟并不讳言引流难这个话题。“我们店的主要客群都来自线上且以年轻人为主。但要维持这样的引流,需要在线上做大量投放。”他的诉求是,希望与政府项目合作帮助小店扩大影响力。

位于巨鹿路上的Wheels Bicycle自行车店开店已有八九年,主理人戴先生明显发觉2023年3月后小店销售额开始急剧下滑。此外,由于店门前有一个斜坡,经常会有车主违章将私家车停在店门前,既阻挡了生意,又引来各种市容投诉。“希望有关部门能在我们小店的门前划方块自行车的停放区域,这样就能帮助我们解决消费者乱停车被投诉的现象。”戴先生建议。

[调研分析]

小店资金有限 很难在多平台投放引流

中国中小商业企业协会发布的一项数据显示,我国小店注册数量超过1.1亿户,约占经营主体总量三分之二,带动就业近3亿人。

2023年一季度,上海新开的特色小店数量超过3万家,而小店的店主们大多以青年为主,在环境多变的时代背景下,更需要社会各界的多方支持。

青年小店店主的心声已被听到。如何优化静安市中心黄金街区青年小店的营商环境,也引起了静安团区委的高度关注。

从今年4月份开始,接连2个多月,静安团区委根据区委主题教育工作安排和大兴调查研究部署要求,牵头先后召开三场青年小店座谈会。团区委、益优社会组织、静安寺街道、南西街道等探访了张园地区、“巨富长”地区近80家青年小店,了解小店

发展面临的主要困难和问题。

座谈时,大沽路上的日料店酒一的负责人表示,小店的困境是与周围社区联动不够多,大家都只是在个体经营,没有任何互动。希望团区委能够动员周边社区多开展一些联动,让小店深入社区增加曝光度。

美珂美布属于一家新兴DIY小店,开在芮欧百货里,主要利用智能化缝纫机开展手工艺品的制作教学和DIY,目标人群为90后。这家小店的困境是:不太擅长直播等短视频领域,希望能得到团区委的帮扶提升曝光度和人流量。

在对几十家小店做了调研后,静安团区委副书记张昕有感而发,“小店普遍存在流量不足等实质性问题。大多数小店如果在不发声的情况下是很难让消费者看到从而进店消费。由于本身的资金有限等问题,又无

法针对多平台进行投放扩大宣传量,有时候就算投了钱,但对于线上投放的认知特别浅,所以效果并不显著。作为一家私营小店,面对周围的流量网红店,只能无奈感慨。”

他还介绍说,调研的小店整体反映经营困难,实际需要政府提供更加切实的支持。不少餐饮店反映,从今年上半年开始人流量有所增加,但营业收入反而降低;租金(高昂)、社保(缓交而非不交)、户外广告牌(特定区域严管)、税费减免等是小店的公共诉求。大部分餐饮店、生活服务店已经上架外卖、点评等平台,但对平台的依赖降低了利润空间,有商家向平台反映申请下架店铺却不被允许。此外,有一部分小店正在尝试直播、推文等线上推广方式,但缺乏时间、精力、专业度等。

[解决方案]

“青年小店公益支持计划”组团化助小店走得更远

“在探访青年小店时,我们发现它们面临很多困难,比如客流断崖式下降,互联网运营技术和能力也有待提升,和居民区之间存在包括噪音扰民、占道等矛盾。同时,它们也存在业务转型、跨界合作等一系列的需求。”静安团区委书记吴佳妮表示,针对这些问题,静安团区委开始打造“青年小店公益支持计划”,通过推出青年小店联盟或青年小店人才联谊会,促进店主们的相互交流和成长。

“另外,我们牵头由市场监管、城管、税务、公安、人社、国资委、建管委等多部门建立‘青年小店服务团’,发放线上调研问卷,深度了解经营情况和发展愿景,为小店成长办实事,组团化帮助

这些小店,让他们走得更远。”

吴佳妮举例说,比如5月1日到7日期间,静安寺街道开展了城市青年生活灵感便利店的的活动,活动结束后,周边小店普遍反映他们的营业额有了很大的提升。又如Wheels Bicycle店主求助的店门前的斜坡被违章车占道的问题,经过团区委的牵线,有关部门答应最快今年下半年为该店铺门前划线。

为了帮助小店引流,增加曝光度,静安团区委一方面与快手达成合作,打造#快赞静安话题,截至6月1日,话题点击量突破6100万,小店转化消费订单量突破80万。另一方面,团区委还通过开通官方“小红书”账号,运用流量支持、社群运维、引流

聚气、数字升级、品牌宣传等措施,着力为小店增活力。同时,结合静安区安聚人才——大学生基层挂职实践计划,完成与高校合作招募相关专业背景的大学生参与青年小店暑期挂职锻炼,在宣传推广、展陈设计、营销活动、社区微更新等方面,引领青年参与基层治理,推动街边青年小店复苏成长。

吴佳妮说,下一步,静安团区委将发布“百家青年小店加油计划榜单”,广泛招募“小店推荐官”,进一步提振青年消费和投资信心。同时,开设“青春学校”,开展赋能培训,协同连锁加盟企业等,为小店提供开店、运营补贴等,对接赋能服务企业,建立专属供应链等。



自行车小店前的乱停车问题期待有关方面的解决。

本版摄影 青年报记者 郭容