

破局

兼职、做手工、开网约车、定制服务……
摊薄成本各显神通,小店活下来真的不容易
做特色 拓市场 抗风险

本报记者 温浩杰 葛晓娟 胡大可 张宇灿 杨茜 边程壹 方力 施雯 詹程开 谢春晖 盛锐 章然 文/摄

杭州体育场路“女人缘”的店主是50岁的杭州大姐。大姐卖中老年女装,以前在单位做会计,这家小店开了7年半。“每天营业额在千元左右,不过总比到外面打工强。去年疫情也没有亏钱,我已经很满足了。”大姐说,到她这个年纪,不想太折腾,对于小店的未来,她说会积极应对:“新货到了,我就在朋友圈里发图,然后顾客喜欢的话到店里直接购买。做了这么多年服装,也积累了不少老客了。”大姐的孩子读大四,老公也还在上班,“压力暂时还能接受的。退一万步说,店如果实在开不下去了,我还有会计证,每年都在年审,到外面给别人做做账,也能挣些钱的。”

开店面临最大的问题是生存,先活下来,然后考虑怎么活得更好。

也因此,如何打开局面,要不要换种思路,这些零零总总的问题,成了我们调查的这100家店主共同要面对的现实。

兼职做手工、偷空开网约车
凡事亲力亲为压缩成本

不仅卖中老年服装的大姐有会计证,像小超市老板小陈,在长辈管店的时候,偶尔也会开小轿车去跑跑网约车。兼职是他们心中的安全阀。

王晓轩的“东北饺子王”开在江城路,选择这里,他看中的是城站火车站的客流,疫情前差不多每年可以赚10来万,疫情后“几乎赚不到钱”。

王晓轩夫妻和两个儿子目前都在杭州,一家人都靠这个小店。“过去店里的营业额平均一天都在2000元以上,现在一天只有500-800元。”为了增加收入,他们夫妻接了一些别的活来干,“将丝巾进行归类 and 包装,赚点手工钱,每包装一包丝巾,可以赚7毛钱,平均每天可以包装200包,能够赚140-150元”。

西溪路开咖啡酒水店的是一对杭州夫妻,开了7年多,也算是老店。“周边咖啡店曾经开了四五家,陆续都关掉了。我这家是仅存的一家。”店主说还好在杭州30多年,没有住房压力。请人很贵,全部都靠自己守店。不能去旅行,不敢放假,不然就亏房租。

在教工路卖杂粮煎饼的夫妻,两人都顶着明显的黑眼圈。他家的店10平方米左右,还隔成了两个空间,边上5平方米正在招租。两口子有三个孩子,大的已经成家。他们在杭州开店16年,除了这一家,在沈塘桥也有一家,基本没有休息天。只有老家来人的时候才会去西湖边走走。说实话,煎饼店小归小,但在杭州收入尚算不错。所以夫妻两人不打算回老家。

安徽人陈吉霞和姐姐一起在江城路开了一个服装店,开了15年了。“本来店里的生意很好的,还开了两家店,一家就是现在这里,还有一家店开在中山北路上,后来随着电商的发展,那家店慢慢就做不动了,五六年关掉了,只留下现在这家。”而店门口的江城路上现在正在修地铁,这对生意影响也很大。“这两年主要是清理库存,进货的量也在慢慢减少。”陈吉霞已经退休5年,儿子正在俄罗斯留学读研究生,学的是声乐。

社区
小店纪事用合伙人模式
一起抵抗风险

调查中,也有小店通过寻找合伙人的方式来破局。

建国北路的大锅羊肉汤10来平方米,年租金9万,店主和三个亲戚合伙开的。4个合伙人都来自河南,80后,原先在老家也开过烩面店,竞争激烈钱难赚,转而来杭州开店:“这边竞争小一些,开了一年多,感觉经济效益还不错的,想继续开下去。”店主说比起老家,在杭州机会更多,几个亲戚一起合伙挺好,一起奋斗也更有干劲,能分担风险也可以分享喜悦。

保俶路上一家面包店,走的是闺蜜合伙模式,一位开店近十年,另一位去年加入。她家的老店在学院路,有一百多平方米,开了八年,从亏本到扭亏为盈。但去年搬到了这边,面积小了,租金低了,又要重新面对亏本的问题,得再次营销。两人担心扭亏为盈的过程太长,坚持不住这段时间的亏本。就算是这样也不想随随便便认输:“之前老店做得挺好的,再坚持一阵子说不定这关也就过了。”

同样做面包蛋糕的“熹小姐”是同一个小区的两个业主合伙的。两位妈妈都喜欢烘焙,又做过环保工作,对原料非常讲究,就开了一家让妈妈们安心的面包店。

疫情期间,小店得到了业主群里妈妈们的支持,保安也会帮忙送。作为感谢,晚上卖剩下的面包,就送给保安师傅吃。有了大家的支持,小店支撑了下来。不过开店快两年了,已经投入40多万。今年以来,黄油奶油等原料上涨凶猛,成本高企,算下来基本没有产生盈利,刚好平衡。“最近在装修一家新店,想发展成业主妈妈们一个温暖的活动场所。”

天运路上的天运菜店,20多平方米的面积。别看店小,它服务着附近天运花园、万家花园、濮家东村等多个小区的居民。店老板说,原本附近濮家东村农贸市场拆迁,周边又没有菜场,他以为这里的生意会很好。可没曾想疫情来了,不少人宁愿到社区的买菜群购买……好在现在疫情影响差不多过去了,他们又有了合伙人,所以店面不大,有鸡鸭、水产、豆制品、猪肉,每个种类各一户,平时各自结账,既满足了居民的需求,又分摊着小店的成本,“生意总还过得去”。

产品坚持特色稳住客户群
同时开拓网上新商机

记者调查的100家小店中,也有经营得比较滋润的。

余杭人潘明华在余杭街道凤凰山路开“明华面”快20年了。30多平方米的小店一共6张桌子。家庭式经营,小店收入占家庭收入的60%,每年的营业额大约是50万元。“整个杭城的面馆,拌川不泡汤,不加鸡蛋,唯有我明华面。只要你喜欢,而我又有的,都可以任意组合,组合的才是我的特色,新鲜的好的食材才是我的特色。”他对自己家的面很有自信。潘明华说,疫情对小店影响不大,毕竟是快20年的老店,除了疫情封闭关店一个月没有收入之外,其余时间生意都不错的:“那时候权当休假了,外卖会影响食材口感,我们也一直不接受外卖。”

对于潘明华来说,接下来就是“守住本心”,“不扩大,守住明华面三个字就行”。

在下沙学林街一带开小超市的安徽人小陈一家,努力地想留在杭州。

小夫妻带着一对老人和两个小孩开了一家小超市。“客户群体是周边几所大学的大学生。上午,两个老人看店,小陈夫妻去进货,跟经销商谈合作等等。下午和晚上,换小夫妻看店。”

这两年学生很多喜欢通过代买的形式,直接在外卖平台下单。小超市最近也在微信朋友圈上线了外送服务。

做服装定制的53岁大姐一直看好杭州的消费氛围,她之前在温州工作,退休后来杭州养老,之前买了一些房子,利用其中一家开了高定工作室,她在思考扩大客户源:“一开始通过同小区的业主群找,后来拉了一个时尚达人微信群,每天分享一些穿搭技巧。”

下转四版

