



# 小微企业自救搭上直播东风

耗不起的小微企业等不及开始通过线上电商自救了。由于员工无法回来上班,店也没法正常开门,在深圳经营电脑配件店的邹志坚将业务转到了网上,开启了淘宝店“汉志科技”。这家新开的淘宝店支撑起他每个月还房贷、车贷,交租金、发工资的开支。同邹志坚一样,在线下复工迟迟没有明确通知时,商家们瞄准了网店,更多人把以前没有经营下去的“老店”重新开了起来,还搭上了直播东风。在复工复产上,电商平台赢在了起跑线上,直播这类新工具也派上大用场,帮助复工如期而至。

## 网店九年后重开张

2月10日算是邹志坚2020年上班的第一天。不过,邹志坚并不是在自己的两间实体店上班,而是守着电脑,在淘宝店铺“汉志科技”上架了13件商品。这就是邹志坚复工的第一步,与另一位朋友一起摸索着运营。

邹志坚在深圳有两间实体店,销售电脑配件。如果情况一切正常,邹志坚的实体店应该已经开门营业20天了。而现实是,门店开业时间还需观望,网店则开业一周多了,而且,他的店铺排名从刚上产品时的18000多名上升到了9400名。

邹志坚在2011年开设了汉志科技,正式经营的时间则要从2020年开始算起。“2011年就注册了,但那时候网店和线上购物发展得没有现在这么好,因此开网店就是想看看下情况。今年情况不一样了,希望网店能成为消化存货的销售出口。”

邹志坚的朋友们在疫情期间的网店运营状况,进一步坚定了他重新激活网店的信心。“这段时间,朋友店铺的月销量可以达到200台,尽管与上个月500台的销量相比确实少了很多,却可以保障基本运营并与各项成本支出打平。”

在线上想尽办法复工的不只邹志坚一人。成都的西部鞋都市场经营管理有限公司商业运营部负责人唐菲正在用直播方式,向鞋都的168户商家和各家店里的销售人员讲

解如何通过线上开启“云复工”。商家们还是很积极的,也很有信心。无论是企业还是商家,大家都意识到这也是一个机会。”

在位于西部鞋都的直播基地,唐菲带着顾客“云逛街”。唐菲称这段时间直播的流量特别好;以前平均一名主播一天出300-600单就算不错了。最近平均每天有4-6名主播同时直播,平均一名主播一天可出1000多单。消费结构发生变化,大家线上购买的量在增大。”据唐菲介绍,目前,商家都有大量春款商品需要销售,淘宝直播等线上方式为他们提供了一个可以解决库存的渠道,也能给消费者带去更好的购物体验。

## 寻找销售出口

不确定的复工时间,让做着小本生意的邹志坚有些头疼。年前,邹志坚特意向银行贷款20万元从厂家提前进货,就等着年后开门营业时能有充足的货源,有个好的销售业绩。现实的情况则是:本来计划1月31日就要开业的门店,直到2月19日还没有能够正常复工的迹象,这就导致近14万元的货物全都积压在了邹志坚手中。

“按照原定的时间进度以及销售情况,大年初七开业至今,至少可以销售出六成的货,但现在门店一台显示屏都卖不出去。”邹志坚一边苦于没有收入进账,一边苦于每月至少2万元的成本支出。门店虽然一直关店,但房租还要继续交,员工工资还要照常开。”如果



由于线下销售受阻,淘宝直播间涌入了大量农民主播

再加上房贷、车贷,邹志坚一个月的支出费用在6万元左右。

没有收入进账的前提下,每个月6万元的支出,对于邹志坚这样做着小本生意的商家来讲,是笔不小的支出。压力很大,2万元成本是固定的,银行还有贷款要还,着急开工上班。”邹志坚判断,线下店预计还需要2-3个月的恢复期,必须把销售比例慢慢往线上移动,货源不是问题,只是需要新的销售出口。

“希望线上销售占比可以达到20%。”邹志坚给自己定下了新目标。

与此同时,同样积压着的还有农产品。“压力山大”的农户也到网上卖起了蔬果。鲜馥品牌负责人王建文前几天对着卖不出、叫不上价的寿光蔬菜发愁。原本春节的休假就已经停工五天左右,大棚里的蔬菜已经逐渐成熟可采摘了。随后连上了疫情,外地客商并没有如期而至,致使寿光的大量果蔬积压在大棚里。雪上加霜的是,农户们的收入也出现

断崖式下跌。滞销情况越发严重,外地客商的采购车始终进不来,逼着王建文和农户们自己将蔬菜运出去,试着到网上寻找机会。如今,王建文在网上销售着蔬菜组合的包装礼盒,一箱16斤,一天可卖出2000箱,约3万多斤蔬菜,相当于为10个大棚解决了目前的瓜果成熟之后无法销售的问题。

## 直播跨界卖货求生

毋庸置疑,线上的确为众多商家提供了转机,尤其是直播等新方式打通了众多看似无法相连的行业,为彼此复工助力。

化妆品品牌“一叶子”在直播间里卖起了竹笋:“春笋吃了皮肤会变好!”一叶子主播lori一边介绍,一边把竹笋农户小军哥连线拉进了直播间。另一边的小军哥,则冒着雨在竹林掰开一颗竹笋,在镜头前进行讲解。因为这

## Market focus

# 疫情过后 超市送菜进社区模式能走多久

疫情期间,社区的商业价值再次受到零售商的重视。不少新老超市纷纷将“前沿阵地”推到了社区,在保障门店供应的同时,正尝试通过送菜进社区、设立社区服务站等形式解决社区居民买菜难的问题。对于实体店而言,由于到店客流下降,社区卖菜成了新的增长点。然而,尽管当前众多线上线下零售商将战火聚焦到社区一线,分食社区流量,但在疫情过后,社区零售如何延续生命力还有待观望。

## 线上订单渐成首选

早出晚归本来就是零售人的常规动作,疫情期间,还要加个“更”字。2月17日,家乐福中关村店店长马超和他的员工比往常起得更早一些,因为他们增加了一项重要工作,马超和他的团队要带着蔬菜等生活必需品走进海淀南路南社区,并正式成立“到家服务站”,为这个辖区内的2010户居民提供到家服务。

“一方面是特殊时期,出行会增加感染的风险,导致消费者都不愿意出门;另一方面是考虑到社区内的一些老年人。为了保障社区居民的生活必需品充足,我们配合社区需求,成立了到家服务站,让社区居民能够更加方便地买到菜。”马超说。

据马超介绍,建立社区服务站后,从每天早上10点到下午4点都会有家乐福工作人员在服务站值守。社区居民可以通过家乐福微信小程序或社区微信群下单,门店会分段统一将订单送至社区服务站。

随着疫情防控的不断升级,各个社区

对居民进出都实行了严格的管控。线上渠道成为消费者购买生鲜蔬菜等生活必需品的首选,导致线上订单成倍增加,众多线上平台都出现了爆仓、压单的情况。面对不断增长的消费需求与运力紧张之间的矛盾,超市们也纷纷将“阵地”推到了更接近消费者的社区。

与家乐福一样,金鹰便民德胜百姓服务中心联合德胜大街西社区,也为社区居民提供了配送“蔬菜包”到家服务。目前已经在社区完成几十户的配送,其中有十几户是行动不便的孤寡老人。

## 双线作战人手紧缺

最近对于超市、便利店等社区业态而言,人员紧缺已不再是秘密。据多家超市企业介绍,在人员紧缺的情况下,为保障市场供应,多家超市企业都要求所有员工停休,提前返回工作岗位。然而,超市在将战线前移解决消费者燃眉之急的同时,要保障门店的正常供应,对于双线作战超市而言,无异于增加了人手紧缺的压力。

“特殊时期人员聚集,会存在一定风险。同时,这种模式不仅需要大量的工作人员,而且长期在室外工作身体会吃不消。此外,还要应对顾客的其他商品需求。”提及遇到的困境,华冠公司相关负责人说道。

尽管共享员工和社区服务站可以在一定程度上解决人手紧缺和排队等问题,但供求信息无法及时更新又成为大部分线下超市、便利店新的难题。此外,仍有大部分线下零售企业做线上业务时,基本都是通

过第三方平台,并不能直接、实时地获取消费者的需求。

## 模式或将常态化

可以看到的是,危机往往是加速行业发展的动力。在疫情期间,许多超市都推出了新的商业模式,以更加直接、高效地为消费者提供所需的服务。

自疫情发生以来,原本作为to B端的餐饮供应链服务商美菜网在业务上做了一些调整。截至1月29日,美菜已在北京、上海、深圳等在内的30余个城市陆续开放家庭用户配送服务;此外,北京石油在京共有超过500座加油站,340座已经开通了“安心买菜”业务。

北京工商大学商业经济研究所所长、教授洪涛认为,疫情过后,社区商业将会迎来新的发展,主要原因是某些消费习惯会逐渐定式化,如“无接触配送”等方式和模式会长期存在,这次疫情会改变人们的生活习惯,改变社区商业模式,促进社区商业模式加快转型和升级。

“这些变化都属于数字化的内容,也是数字化转型的具体表现。”因此,对于传统超市未来的社区生意而言,数字化程度仍将是一个非常重要的坐标系。

首都经贸大学工商管理学院教授陈立平认为,疫情期间,部分线上平台也暴露出一些短板,真正在危机面前能够起到稳定民心作用的还是实体商业。以实体店为基础的线上线下结合的零售业态将会得到迅速发展。北京商报记者 闫岩 赵驰

# 北京订餐地图发布 破解复工用餐难题

北京商报讯(记者 王维伟)日前,北京不少企业陆续复工,为解决复工企业员工用餐问题,进一步满足市民用餐需求,帮助复工单位精准对接餐饮企业,近日,北京烹饪协会、北京商报社联合10余家协会,向全市推出“行业联合、企业共助、服务员安全就餐”订餐地图。

在餐饮单位自荐、各区饮食行业协会推荐基础上,入选该地图的供餐企业包括肯德基、麦当劳、吉野家、呷哺呷哺、全聚德、便宜坊、东来顺、庆丰包子铺、二友居、宏状元、嘉和一品、永和大王、和合谷、黄记煌、眉州东坡、西部马华、紫光园等100余家北京知名品牌餐饮单位。

用餐企业和普通消费者可通过“供餐外卖门店地图”查询供餐门店信息并订餐,该地图提供“当前位置”和“选订位置”两种方式查询信息。

纳入订餐地图的企业严格按照政府相关部门疫情防控政策要求,全方位加强防护,做好每日定时消毒,严格落实人员晨检制度、执行操作规范、工器具及环境消毒等防控措施,并加强外卖全过程管理,确保做到点餐环节

无接触、送餐人员全程佩戴口罩、定时消毒送餐保温箱、启用安心卡、配送环节“无接触”等,避免交叉感染,防止餐品污染。

北京烹饪协会方面表示,鼓励供餐单位研发各种适合外卖、外送的营养套餐,提倡尽量通过企业自有小程序、美团点评、饿了么等线上平台订餐,提倡有条件的企业就近自行无接触外送和美团、饿了么无接触外送等相结合方式,提倡转账交易支付等非现金结算,保证供求双方人员安全、餐食安全。

疫情之下,需要各个行业守望互助,此次针对用餐企业发布的订餐地图是基于北京市多家跨行业社团组织、媒体、平台和餐饮企业联合推出的创新服务形式,为复工企业搭建起直通餐饮企业的信息平台,将帮助北京复工单位有效解决员工用餐难题。



扫码查看外卖地图

## 联合倡议成员单位

(排名不分先后)

- 北京烹饪协会
- 北京商报社
- 北京市商业服务业行业协会第一联合党委
- 北京拍卖协会
- 中关村亚洲杰出企业家成长促进会
- 北京知诚社会组织帮扶发展促进会
- 中关村社会组织联合会

- 长风信息技术产业联盟
- 北京物流与供应链管理协会
- 北京电子电器协会
- 北京数字创意产业协会
- 北京热物理与能源工程学会
- 北京金属学会
- 中关村人才协会

【更多成员组织陆续加入中……】