

如何帮扶个体户活下去

——对部分地区餐饮零售个体工商户经营状况调查

经济日报·中国经济网记者 余 颖

调查

自新冠肺炎疫情暴发以来，全国8000多万个体工商户遭受了沉重的经营压力。消费需求不足、房租成本加大、现金流吃紧、自身竞争力不足，成为个体户生存下去的最大挑战。

如何想尽一切办法让中小微企业和个体户生存下来？国家出台的一系列政策措施有没有起到实效？老百姓每天打交道的早点摊、小餐馆、小卖部究竟过得怎么样？近日，记者从北京、武汉、重庆、天津、温州等地，通过电话和走访形式采访多位个体商家，看看他们最需要哪些帮助，怎样才能渡过难关。

全国有8000多万个体工商户，他们的复工复产问题牵动着千家万户。中国个体劳动者协会联合红盾大数据(北京)有限公司开展的“个私企业经营状况调查”显示，截至3月底，个体工商户和私营企业复工率均近八成，其中，私营企业复工率为79.2%，个体工商户复工率为80.1%。

即便如此，个体户的复工之路还是走得很艰难。90.5%的已复工个体工商户和私营企业表示经营业绩下降，其中表示大幅下降的受访者占比为64.8%。

针对困境，近期，国家和地方出台了扶持扶持个体户的专项政策。中国政府网、市场监管总局官网开通了调查问卷，收集个体户遇到的问题，以便出台更有针对性的政策。

房租压力亟需缓解

“今天终于收到消息，通知减免一个月房租。”5月9日，武汉洪山区纺织路“曙光超市”老板小罗发微信告诉记者，这是疫情暴发以来他得到的最好消息。

2019年6月，小罗开了这家小超市。虽然不大，但因为靠着著名的武汉光谷，又紧挨小区大门，每天进出店人流能达到1000至2000人次，店里生意还不错，每天有8000元左右的流水。

因新冠肺炎疫情停业两个多月后，重新开业的小罗发现，现在一天从超市门口路过的人不过三四十人，店里每天的流水也从8000元骤降至400元。由于小区住户大多是附近工作的租户，企业尚未完全复工，租户们也没有回来，昔日人头攒动的小区商业街变得冷冷清清。

“房东不降房租，更别说免房租了。有的小区租户几个月没工资，租不起只好离开。”有些一起开店的人也走了，小罗担心自己的小店撑不了多久。“我的店每个月房租2万元，签了3年，按照合同后两年还要上涨8%。”小罗算过，以目前每个月1万多元的收入，加上2、3月份歇业的损失，他很难再坚持下去。店里的存货也陆续接近保质期，只能打折促销或者扔掉。

显而易见，房租是个体工商户最大的成本。党中央、国务院一直高度关注中小微企业、个体户的房租减免问题，并作出多次部署。早在疫情暴发初期，市场监管总局等六部门出台的《关于应对疫情影响 加大对个体工商户扶持力度的指导意见》就提出鼓励各地结合实际减免个体工商户房租。

但对于减免房租，各地普遍实行的是国有集体物业减免房租，个体户、私营企业租用的大多是私人物业，要享受房租减免比较困难，地方政府也不可能强制私人物业减免房租，因此只能通过沟通、鼓励私人物业减免房租，并用间接方式对其补贴。不少地方的解决方法是私人业主减免房租，那么该物业的房产税、土地使用税也会得到相应减免。

手记

当前，对于新冠肺炎疫情之下个体户的困境，国家和各地都有所了解，也出台了一些帮扶政策。但相关部门在政策制定、信息传达、政策执行方面还存在不少问题。

目前国家给出的个体户专项政策中，包括鼓励房租减免、小规模纳税人增值税税率由3%降至1%（湖北省免征），免征养老、失业、工伤保险单位缴费部分，减征医疗保险单位缴费部分，返还失业保险费，获得吸纳就业补贴，获得优惠利率贷款，用电用气价格下调等，另外还有一些参照企业执行的政策。政策很丰富，但实际落地有一定困

同在武汉的明顺副食店租用的是国有物业，老板娘周雪莉告诉记者，前两个月他们就接到了房租减免的通知。小罗租的是私人物业，因此好消息来得晚一些。除此之外，武汉还有些私人物业减免了3个月房租。

5月10日，国家发展改革委等八部委又联合印发《关于应对新冠肺炎疫情进一步帮扶服务业小微企业和个体工商户缓解房屋租金压力的指导意见》，除了国有物业继续免除上半年3个月房屋租金，还再次鼓励非国有房屋出租人减免或延期收取房屋租金。而且《指导意见》明确提出，对减免租金的出租人，可按现行规定减免当年房产税、城镇土地使用税，引导国有银行业金融机构对服务业小微企业和个体工商户年内增加优惠利率小额贷款投放，专门用于支付房屋租金。对实际减免房屋租金的出租人，引导国有银行业金融机构视需要年内给予基于房屋租金收入的优惠利率质押贷款支持。可以预见，这将鼓励更多私人物业出租人减免房租，共克时艰。

消费信心尚待恢复

“北京调低防控等级之后，生意有些好转了。”“五一”假期过后，位于雍和宫大街46号的北京渝味川菜小馆老板娘李芳兰看到了希望。

还记得4月29日，记者第一次在店里采访李芳兰时，店里在午饭时间竟然一桌客人也没有，零星取餐的都是外卖小哥。小饭馆的租金、员工工资、水电费等成本压得李芳兰喘不过气，虽然通过外卖促销补上了一部分，但也远不足以弥补损失。“以前堂食每天有10000元收入，现在只有800元到1000元。以前晚上9点之后，周边簋街胡大、金鼎轩的员工下了班都会来店里吃夜宵，这屋里坐得满满的。现在他们不来了。”李芳兰还发现，周边的居民和老客户们也不敢来店吃饭，而且大家已经习惯了买东西回家做饭。

重庆渝北区易生活便利店店主陈先生的店又靠小区又挨车站，虽然客流量没有明显下降，但买东西的人明显少了，预计小店近期收入比同期下降了至少50%。

温州瑞安安康便利店开在小区外面的路上，周边有不少中小企业，还有很多休闲娱乐商家，是做生意的好地段。店主王先生告诉记者，疫情期间生意反而好一些，小区居民出不了门，线上一天能有100多单。现在疫情缓解了，线上销量降为一天只有十几单，线下消费也恢复了一些。据了解，该小店周边的企业还没有完全复工，工厂不开工、娱乐场所不上班，留守的人员收入不多，也就不敢消费了。

在天津市北辰区瑞景西道3号的艾地便利店里，店主马先生也发现人流量成了大问题，“还没完全复工，营收大概下降了40%”。由于隔壁健身房处于歇业状态，店里的客流量也跟着锐减。

难。比如，个体户一般都没有参与五险一金，也很少贷款，不够缴纳增值税的门槛，所以有一些政策享受不到。最关键的房租减免方面，因为大多数个体户租用的不是国有或集体物业，因此难以享受减免政策，房租压力依然很大。

数据显示，目前全国有个体工商户8353万户，带动了超过2亿人就业。更重要的是，个体户以其规模较小、经营灵活、适应面广而分布在国有经济和大型企业不太愿意进入但与居民生活息息相关的领域，比如家政、美容美发、洗浴、家电维修等行业。

跟大企业相比，它们抗击风险的能力最弱，又有自己的特殊困难，需要政策



天津市北辰区的艾地便利店里，店员正在整理货物。（受访者供图）

从全国来看，房租压力、消费需求不足和现金流紧张是个体私营业主面临的最严峻的3个困难。91.3%的受访者表示经营存在一定程度的困难。其中，48.7%的受访者感到房租压力大，43.3%的受访者表示疫情导致市场需求下降，43%的受访者存在现金流紧张。

总之，消费者的信心没有恢复，商家的生意便无从谈起。随着各地防控等级降低，疫情逐渐好转，消费信心也在渐渐恢复。

“劳动节之后，堂食比前一段恢复了一些，每天能多挣几百块钱了。”李芳兰说，“只要消费者敢出门、敢消费，我就不怕挣不到钱”。

转型线上错位竞争

便利店店主陈先生已经开了10年便利店，他很早就开始做线上，并用饿了么接单。“以前店里只能覆盖小区附近，现在可以把东西卖给二三公里以外的客户，客户群体比以前要大得多。”陈先生计算过，疫情前每天线上订单能达到5000元左右，一个月线上流水17万元到20万元。

陈先生把自己的小成绩归结于错位竞争。“小店不比大超市、大平台，进货议价能力有限，价格上没优势。”陈先生说，自己对小区居民的需求更了解，大超市没有的东西在他这里可以买到。同时，售后服务也是小店的强项，消费者买了水龙头不会安装，一个电话陈先生就能上门服务。

如今转型线上，陈先生认为错位竞争还是要有，但是账要算得更精。“我店里销售的零食都是网红品牌，如三只松鼠、百草味等，每天都会设计各种满减、折扣、促销。”陈先生说，平台的补贴力度

予以有针对性的关注。

制定和实施更有针对性的个体户帮扶政策，不妨借力“互联网+”。因为，几乎所有的实体小店，都有一个甚至多个对应的线上平台，比如餐饮方面有美团、饿了么，便利店有零售通等。还有目前流行的各种购物、社交、新闻APP，都是个体户经常接触的。

如果国家发放的调查问卷、出台的政策、补贴申请入口除了在网上挂出来，也能通过这些APP推送，相信触达的群体更多，也比社区工作人员、监管部门工作人员挨家挨户上门解答要快得多。

大，要多参加平台活动，可能不会每一个订单都赚钱，但流量大了以后，平台会给予扶持，提供更好的推荐位置。

“要花很多心思，才能维持这间20多年的老店。”周雪莉也觉得如今线上的玩法不一样了，线下有15%到30%的利润，线上最多只有10%到12%。所以，她同时盯着好几个线上平台接单，有的平台水果蔬菜卖得好，有的日用品卖得好，她哪个都不放弃，分别有针对性地推一些商品。

在餐饮行业，小店转型外卖也没有想象中容易。在大众点评上，渝味川菜外卖打出了“满30减13”的促销活动，减的13元里，10元是店里自己承担。记者看到门口待取的外卖，基本都在二三十元左右，最低一单算上4元配送费总计21.5元，店里只收17.5元，这里面还要除去给美团的佣金与给骑手的补贴。

“怎么设置满减、怎么给菜品定价，都是美团帮着我计算的，参考了周边同类餐馆的定价和促销幅度。”李芳兰告诉记者，现在的价格虽然低，但起码找到了一个能保持微利又能引流平衡点。她还希望美团能多推一些大型活动，让更多商家一起参与，形成合力，共同吸引消费者消费。

周雪莉也希望线上平台能做一些事情，“比如打造品牌，让我们这些零散的天猫小店统一升级成‘全家’‘罗森’‘7-11’那样的连锁便利店，一起促销、一起引流”。

对陈先生来讲，今年是开店10多年来最艰难的一年。虽然开店不易，但采访中他的语气仍然坚定有力：“有房贷、有车贷，这家便利店就是我们一家人的全部希望，再难也要坚持下去。相信疫情过去后一切都会好起来。”

服务对象在哪里，服务主阵地就应该在哪里。现在不少小店已经搬到线上，扶持政策也应该迁移到线上去。“互联网+政务”不应仅仅是把问卷和办事渠道搬到自己的官网上、微信公众号上，而是真真切切用互联网思维和技术改造服务方式与流程。

在官网上调查看起来肯定更权威，但是要让个体户和小微企业知道哪个网站在征集信息，还得登录多个政府部门的官方网站填报调查表，链条实在太长。所以，当APP都在不停地优化用户体验，尽量让用户在一个APP里解决更多需求的当下，互联网政务应该借鉴。



- 房屋租金减免和延期支付政策主要支持经营困难的服务业小微企业和个体工商户，优先帮扶受疫情影响严重、经营困难的餐饮、住宿、旅游、教育培训、家政、影院剧场、美容美发等行业
- 对承租国有房屋用于经营、出现困难的服务业小微企业和个体工商户，**免除上半年3个月**房屋租金

- 国家市场监管总局等6部门印发《关于应对疫情影响 加大对个体工商户扶持力度的指导意见》
- 引导金融机构**增加3000亿元**低息贷款，定向支持个体工商户

- 国家税务总局表示
- 月收入**10万元以下**、年收入**30万元以下**的小规模纳税人 **免征增值税**
- 对个体工商户减免物业租金的出租方实施房产税、城镇土地使用税 **减免优惠**

- 北京市市场监管局等6部门联合印发《关于应对疫情影响加大对个体工商户扶持力度的若干措施》显示
- 自2020年3月1日至5月31日，北京市小规模纳税人增值税征收率 **3% → 1%**

- 《上海市全力防控疫情支持服务企业平稳健康发展的若干政策措施》显示
- 中小企业承租上海市国有企业经营性房产从事生产经营活动的，先**免收2月、3月两个月租金**

- 武汉市针对个体户租用的大多是私人门店，享受不到对租用国有房产的免租政策等问题，提出
- 为个体户减免1个月租金的私人业主 **将免收1个季度的房产税、土地使用税**
- 为个体户减免2个月租金的私人业主 **可享受半年免收**
- 为个体户减免3个月租金的私人业主 **将全年免收**
- 武汉市政府还提供了专项纾困资金 **20亿元**，每位个体工商户可以享受**最多20万元**的免息贷款

观察

零售通是阿里巴巴集团针对线下零售小店推出的一个为城市社区零售店提供订货、物流、营销、增值服务等互联网一站式进货平台，目前零售通在全国签约了约100万个小店。庞大的用户群体，让零售通可以通过大数据观察全国各地小店的经营状况。

零售通智慧门店负责人葛昕告诉记者，从数据来看，这些年，本土小店经营本就已经受到日系、台系便利店以及超市、电商的冲击，新冠肺炎疫情只是加速了小店转型的紧迫性。3月份，小店客流量减少了17%，客单价略上升6%。

小店转型不只是单纯从线下卖货到接收线上订单，而是整个业态的调整。比如，很多社区附近的便利店可能分别有几个货架是快餐、日用、零食、饮料，且选品和定价都是有门店大数据支撑的。但小店品类往往比较单一，比如五金店、小餐馆、小超市看似在单一领域货物比较全，但客流量可能支撑不起这么多店面。所以，转型时小店首先要意识到，今后的市场很可能不需要这么多小店了。

小店的运营方式也要更先进。小店是熟人经济，满足消费者渴了买瓶水、饿了买包方便面的即时消费需求，遍地开花的7-11、全家等便利店已经证明了这一点。但是，大多数个体户经营的小店在选品、定价、组货、顾客运营上都缺乏工具，通常是跟着店主的感觉走，无法与便利店竞争。

从去年开始，零售通一方面与饿了么、支付宝合作，开放流量和数据给小店，为他们提供满减券、抽奖等促销工具，帮助他们与顾客互动；另一方面与厂家合作，尝试把一些促销、新品派样的机会下沉到小店，帮助他们完成选品、互动。

“品牌商以前只能与超市、电商平台合作，他们其实也很希望直接与小店建立沟通，把这些最末端的渠道用起来。”葛昕说，零售通的工具开通后，品牌商会增加参与程度，比如近期与支付宝合作的“春暖花开消费券”派发活动，品牌商就单独补贴了个体商家。

这些线上线下结合的活动产生了数据，并与淘宝数据打通，就能获得区域性的、预测性的数据，指导小店选品和定价。再加上店主的经验和自主判断，将会更好满足消费者需求。

“我们也将尽力协助小店转型，帮助他们渡过难关。”葛昕透露，今年零售通将在全国选择数千家小店试点，目标是将门店坪效(每坪面积上可产出的营业额)提升30%。同时，也将数据能力和会员管理工具开放给全国小店，让他们形成自己运营消费者的能力。

本报记者 余 颖

小店转型亟待加速