

新华社发



复工 我的难处我的招

随着新冠肺炎疫情在中国被遏制，眼下各地商场商圈、大型购物综合体等消费场所正在陆续“上线”，客流量显著回升。来自互联网平台的数据显示，当前一线城市商超营业率超过80%，其中北京国贸商城租户及员工复工率已超八成，成都91家零售及购物中心企业营业比例截至3月20日已达82.6%。随着餐饮业持续回暖，成都甚至允

许临街餐饮店在不影响交通和行人通行的前提下，适当设置餐饮外摆位。

与此同时，众多小微企业经营者，如餐馆、农家乐、书店、旅行社、超市、

电商的老板们，在经历了漫长的被迫居家“无所作为”蛰伏之后，纷纷走出家门复工，力求挽回损失。他们眼下面临着怎样的困境？又琢磨出了哪些新点子？

「单追更安」
「求要『确保』」
「赚钱，平」
「不能单」

■ 黄燕斌 江西遂川
农家乐经营者



▲ 黄燕斌 朱磊摄

我2008年大学毕业后，先在深圳一家公司上班。因在大学选修过“广告设计”专业，我回到县城开了家小公司，3年的辛苦打拼，赚到了人生第一桶金。后来，乡村旅游蓬勃发展，国家鼓励大学生返乡从事现代农业，我积极响应，回到了老家遂川县上坑村，自己设计、打磨、再设计，历经两年新建、改扩建，一座占地100多亩，实地经营30多亩，集休闲观光、漂流、餐饮为一体的农家终于出炉。

刚刚进入2020年，正当我准备大展拳脚时，春节前突如其来的新冠肺炎疫情爆发，将梦想击碎，整个农家乐遭遇史上最长的“寒冬”，至今停业近2个月，直至3月18日才复工营业，但也面临重重困难：全年营业时间缩短，游客人数减少，食材价格上涨，资金压力骤然加大。

在防控、复工关键期，我认为，农家乐不能单单追求赚钱多少，更要确保平安。复工前，我将农家乐内外逐一消毒，对服务员每日两次测温，上班戴好口罩，对来客也测温登记，隔位就餐。

疫情导致停业这段时间，我也没闲着，静下心来思考未来经营方向，做出改变。游客减少、价格上涨等不利因素冲击，只有鼓起勇气面对，倒逼服务更精细，品质更优良。

我感觉，经此疫情，老百姓对天然无污染的食材更加注重了。季节菜比反季节菜好，吃起来口感大不同，这也是我今后的首选。休闲农业日趋同质化，竞争很激烈，要想寻求突破，抢先机尤为重要，亲子体验、养生食疗、拓展训练，都是我未来的发展方向。

在此爬坡过坎的特殊时期，我也希望政府能在投资、融资、税收等方面给予优惠，加紧旅游村镇及公路建设；希望更多的旅游、营销专业人士能帮我们挖掘绿水青山的文化内涵，提高服务档次和知名度，吸引更多消费者。

朱磊 刘祖刚整理

「袭及防」
「让人猝不」
「疫情来」

■ 王龙 甘肃敦煌
乾恒国际旅行社负责人



▲ 王龙 受访者供图

想法既定，说干就干。12月，我和一直带我的“师父”程永龙一道，创立了“乾恒旅行”。冬季天儿冷，是敦煌旅游的淡季，也是业界的“黄金休整期”。我们彼此鼓着劲儿，趁热打铁准备着大策划——开春后，来场5天4晚的户外徒步，定会创业“开门红”。

春节前，全国各地的100多名驴友，积极报了名：集合出发地，选在敦煌黑山嘴，穿过沙漠、峡谷、戈壁滩，第五天抵达阳关，实地体验一把“西出阳关无故人”的壮阔与苍茫。徒步完成后，回到市区把酒言欢，享受美食胡杨焖饼、驴肉黄面……

可疫情来袭，让人猝不及防。我们取消了旅行订单，及时通知驴友并退了定金，大家都非常理解。这两月在老家，我也没闲着，常给“师父”打电话，探讨户外徒步的生意经。非常时期，沉潜下来“创业冷思考”，有助于转“危”为“机”，为下个旺季做足准备——户外徒步，需要强化“安全”、突出“特色”：作为一种挑战项目，应做好万全物资准备，还需配备心理医生，关怀参与者心理安全；开发新路线，完善老路线，创新就是特色、竞争力……两个月来的点滴思考，是我们下个阶段努力的方向，也是减轻疫情影响的“最大法宝”。

本报记者 高炳整理

「商务村」
「扩展到全」
「把电子」

■ 刘明恒 河南南阳
卧龙区陡沟村村民



▲ 刘明恒

新冠肺炎疫情的突然来袭，我的生活节奏和工作计划被猝不及防地打乱，尤其是我的养殖场地处偏僻，受物流影响更大。我及时通过网络与客户协商，到卧龙区防疫指挥部办好农资运输通行证，基本保障了产销，将损失降到了最低。

年轻时，我对村外的世界充满憧憬，曾经满怀创业梦想，投身到城市打工族队伍中。作为一个没有文凭来自偏远农村的打工者，想在城市站稳脚跟、撑起自己的一片天地并不容易。我认真分析形势，别人前进，我偏以退为进：家乡有房有地，还能照顾父母、孩子上学，兼顾家庭。于是我回家务农，开始种养殖，但在销售时发现，因为家乡地理位置太偏，销售商想来才来，来了想要多少货无法确定，时常大幅压价，利润受限，让我头痛。

后来我在城市看到了电子商务带给人们的便利。人家行，咱咋不行？便买了电脑，接了宽带，摸索着推销。我养的鸡，很多时候散养在树林里，吃的是草籽和小虫，喝的是山泉水，生态环保，让人放心，无论是鸡或蛋，都受到消费者



欢迎。随后，我把家乡的特产五谷杂粮，包括黄豆、绿豆、红薯、花生、土豆粉条、核桃等，都放在网上销售，纯天然无公害，吸引了诸多网友围观购买。我们村在美丽的龙王沟水库畔，我还通过网络和微信向外推介，吸引不少城市“驴友”来村周围旅游，带动了休闲农业的发展。

乡亲们看我足不出户，却不停地有货车来拉农产品，很是羡慕。于是我把电子商务扩展到全村，无所保留地教会了乡亲们。防疫期间，我和大家线上往来，打破现有思维，一起研究交流学习先进的销售理念和运营技巧，为的是更好地宣传自己，推出质量一流的农产品。

鲁钊文/图

「来了团外」
「第一单美」
「我们迎」

■ 向爱群 北京 钟书阁
融科书店店长



▲ 向爱群 阎彤摄

突如其来的疫情，给中小企业，尤其实体书店这样的小微企业带来巨大的考验。疫情之前，我们融科店号称“最美书店”，日均客流量在3000人左右。疫情期间，一改往常排长队的景象，走进书店，只有安静陈列的图书和几个忙碌的店员。

实体店门可罗雀，怎么办？我们没有消极等待，而是积极行动起来，开始向线上转型发展。店员们通过抖音、微博、朋友圈用短视频进行着书籍和文创产品的推广。

之前小伙伴们从来没接触过短视频，一开始两三天才能完成一个30秒视频，这些日子从头学起，现在较短时间内就能做出一个，还比以前更有创意。店员小尚、小吕作为店里的颜值担当，已经化身“网红”，频频出境。小肖当起了直播的文案策划及微店的主理，其他店员忙着发货等幕后工作。他们专业线上营销的样子，让人几乎忘了他们书店店员的本来职业。

不仅员工在转型，书也有了新的“出路”。我们融科店正式上线了美团外卖平台，目前总计上线了330



个商品，其中33款文创产品。3月12日，我们迎来了第一单美团外卖，这也是自2月1日关闭线下门店以来，店里出售的第一本图书。书店周围3-5公里甚至10公里范围内的消费者都能下单，30分钟之内就能送到家。

此外，钟书阁也铺开了其他线上销售渠道，如通过天猫店铺、京东店铺进行直播，通过微博、微信小书童、微信公众号，抖音，快手短视频发朋友圈进行荐书，通过微店售书。

春天正在到来，疫情总会过去。今后我们将继续采取网络销售、社群营销、会员活动、定制服务等方式，为读者提供更多喜爱的图书和服务。

本报记者 贺勇整理

「务累心」
「上但很」
「门服开」

■ 杨海益 四川炉霍
灵星超市负责人



▲ 杨海益（右）

2019年6月，19岁的我复读之后也没能收到大学录取通知书，大学梦再次破灭。在我情绪低落的时候，姐姐带我去她上班的地方——四川省甘孜藏族自治州炉霍县城散心。

初到炉霍，我被这里的一草一木所吸引。傍晚，在姐姐陪同下，我们在县城的每一条街巷闲逛。我发现这里除了菜市场外，没有一家生鲜超市。我突发奇想——在炉霍开一家生鲜超市。这样不仅可以和姐姐在一个城市工作，也能解决自己的后顾之忧。说干就干，我把想法说给了姐姐和父母。在他们的鼎力相助下，同年10月，我的灵星超



市在县城最繁华的霍尔城安家落户。刚开始，生意就如鱼得水，一天比一天红火。谁料，一场突如其来的新冠肺炎疫情让我们忙上加忙，因为很多店春节期间打烊了。在这个特殊时期，我一定要开门营业，保障百姓正常生活所需。面对百姓足不能出户这一特殊情况，我和员工积极想办法，“上门服务”成了最好的补救措施。我们开通县城内住户微信、电话点单服务，并在相关新闻媒体上做宣传。1月25日，微信点单的第一单生意68元到账。

由于炉霍处于高寒地带，蔬菜水果都要从成都拉运回来，但疫情当前，运货车也不能随便进出。情急之下，我找到县经信商务局请他们积极协调，还为我们超市开具了相关的证明材料，以便能顺利通过每一个检查卡点。2月28日，从成都新进的43吨蔬菜和水果顺利送到了距成都600公里外的炉霍。其间，经信商务局还给予疫情期间保供商家补助，我的超市就收到了运费补贴1.1万多元。

接下来的日子，3名员工加上我4个人每天开始轮流送货上门，从最初的第一单到现在平均每天180单左右，我们在县城内配送的来回距离每天步行达十几公里。上门服务累，但很开心，因为不仅在这个特殊时期让炉霍百姓的餐桌上有蔬菜和水果，更让自己的超市找到了新的出路。

胡筱红整理

「维工作准备」
「积极为复」
「创新思」

■ 沈嘉禧 四川乐山
某餐饮店老板



▲ 沈嘉禧

早在3月9日，四川省餐饮新冠肺炎疫情分区分级防控技术方案就指出，在低风险地区，限制集体性聚餐、承办宴席，在严格落实通风、清洁消毒、人员体温监测等防控措施的前提下，全面恢复餐饮服务单位正常营业。我所在的乐山已连续多日疫情“零增长”，属于低风险地区。这一消息无疑是促进餐饮市场恢复的一支强心剂。

2010年起，我开始经营一个小餐饮店，主攻私房精致料理，平时生意不错，略有盈利。周末和逢年过节，更有不少游客慕名而来，排队领号消费，颇有“网红店”的意味。

受疫情影响，各种实体经济都遭受到前所未有的冲击，餐饮服务自不例外。虽然一直宅在家里，但我也没有闲着：创新思维、不断给大脑“囤货”，积极为下步复工做准备。因为餐饮这行，不光是传承，更需要创新。

首先，在春节期间通过微信电话向亲朋好友拜年的同时，我虚心向长辈们打听他们年轻时最难忘又濒临失传的美食。因为在如今物质充裕的年代，能唤起老一辈美好难忘记忆、又能吸引“80后”“90后”“00后”大快朵颐的健康美食，必然受众层面更广、销路好。随着疫情逐步缓解，原料市场正常供应后，我第一时间创新烹饪，力求尽善尽美、一步到位。同时，我还充分注重整合利用在线资源宣传自己。这段时间，我亲自挖掘和培养了几名主播，为复工后店里主打的几种创新美食做了充分宣传。

眼下，我们小店已恢复营业，所有人员严格卫生标准、佩戴口罩。虽然目前以外卖为主，但我坚信，小店今年的收益一定会蒸蒸日上。

黄自宏整理