



## 调查说明

今年5月起,本报发起“了不起的青春小店”专访调研,调研组探访了全国60多个城市的青春小店并对小店店主进行问卷调查,共回收有效样本226个。样本构成如下:

年龄:平均年龄为28.1岁。00后占38.9%,95后占21.2%,90后占12.4%,85后占9.3%,80后占10.2%,75后占8.0%。

学历:初中及以下占4.4%,高中/中职占16.4%,大专/高职占19.0%,本科占54.9%,硕博研究生占5.3%。

所在地:一线城市占14.6%,二线城市占31.0%,三四线城市占33.6%,县城或城镇占16.8%,农村占4.0%。

开店年限:1年以内的占33.6%,1-3年(不含)的占30.5%,3-5年(不含)的占13.3%,5-10年(不含)的占9.3%,10年及以上的占13.3%。

另外,本报社会调查中心联合问卷网(wenjuan.com)发布了一项有1666名受访者参与的关于小店认知的调查。受访者中,00后占22.8%,95后占21.1%,90后占33.8%,85后占12.0%,80后占10.3%;来自一线城市占29.8%,二线城市占40.3%,三四线城市的占20.9%,县城或城镇的占7.4%,农村的占1.6%。

# 超六成受访小店店主确认互联网让小店发展机会变多

## 81.4%受访小店店主会通过互联网拓宽经营渠道

中青报·中青网见习记者  
王志伟 吴欣宇 记者 孙山

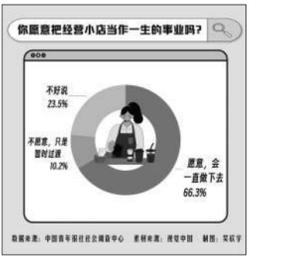
在互联网时代,实体店如何迎接挑战,焕发新的活力?中国青年报社调研组对全国60多个城市226名小店店主进行的问卷调查显示,81.4%的受访小店店主会通过互联网拓宽经营渠道,65.9%的受访小店店主认为互联网让小店发展机会变多。

### 超八成受访小店店主会通过互联网拓宽经营渠道

90后田甜3年前从一家服装店辞职后,开了一家花店。在店铺试营业时,她就开通了一些平台账号,发布小店的信息。田甜觉得现在互联网发展很快,不少年轻人会通过网络搜索吃喝玩乐的信息,对于小店店主来说,要接受互联网带来的变化。“以前我上班时,经常刷抖音、小红书,但那时完全是当作一种娱乐消遣的方式。开店之后再使用这些平台,就会有意识地跳出娱乐的视角,从商业角度去琢磨互联网的运营模式和逻辑,比如怎样做出有意思的内容,如何吸引用户的注意力等。”

在武汉开花店的95后店主熊梦洁同样感受到了互联网的魅力。几个月前,她从国企辞职,和两个好友一起开了一家花店,由熊梦洁负责花店的线上运营,“目前主要在小红书和抖音发布内容,更新的内容大概分两类,一类是展示店内新品,另一类是我们经营小店的日常生活。”

熊梦洁记得,刚开始运营账号时,几乎没什么人关注,后来突然有一条帖子火了,一下子吸引了不少人的关注,线上的粉丝越来越多,线下也有不少顾客慕名前来,生意好了不少。提到运营心得,熊梦洁觉得最主要的是要



中青报·中青网见习记者  
王志伟 吴欣宇 记者 孙山

开一家小店需要具备哪些品质?商业头脑、市场洞察力,还是敢于出手的勇气?中国青年报社调研组对全国60多个城市226名小店店主进行的问卷调查显示,吃苦耐劳是受访小店店主认为经营小店最需要的品质,然后是开拓创新。66.3%的受访小店店主愿意把经营小店当作一生的事业。

### “在公司上班只需要做好手上的事情,但经营一家店铺需要把握全局”

95后熊梦洁之前在一家建筑行业的国企上班,经常加班,很少有属于个人的休息时间。为了从这种情况中

开一家属于自己的小店体验如何

## 超五成受访小店店主认可开店是一种不错的创业选择

中青报·中青网见习记者 吴欣宇 王志伟 记者 孙山

“23岁开家梦想小店”“95后裸辞创业开小店”……如今,在社交媒体平台上,许多青年创业者分享开店的经历。开一家属于自己的小店是一种怎样的体验?中国青年报社调研组对全国60多个城市226名小店店主进行的问卷调查显示,50.9%的受访小店店主觉得开小店是一种不错的创业选择,50.0%的受访小店店主觉得开小店满足了个人兴趣爱好。与此同时,中国青年报社社会调查中心联合问卷网(wenjuan.com),对1666名受访者进行的一项调查发现,超八成(84.3%)受访者喜欢逛小店。

### 四成多受访小店店主认为,给自己“打工”更有动力

来自湖南岳阳的95后小伙雷红辉两个月前在家乡开了一家新中式茶饮店,这是他人生的第一家线下小店。他本是学机械维修安装的,18岁从职业学校毕业后,他想让自己的人生有更多选择,于是只身前往长沙创业,从网店开始做起。在雷红辉看来,现在年轻人的思维比较活跃,许多人开小店是为了给生活增添一些希望。

32岁的田甜目前在成都运营一家花店,已经开店3年了。此前,她曾经在一家

作为一名美食博主,福建三明的廖元清有着10余年的探店经历。他发现,近一年自己的家乡开起了各式各样的特色小店,“很多都是之前没有的品类,而且大部分是年轻人开的。”廖元清还发现了许多开在社区中的特色小店。“现在年轻人开店有一种交朋友的感觉,与顾客之间的关系很像以前邻里之间的感觉。这些社区小店把人与人的距离拉近了。”

在南京工作的90后黄帅说,租房时,有小店的地方往往是他的第一选择,“这些地方更有生活气息,平时吃饭也更方便。”

服装店做销售。比起上班时按照既定规则做事就可以,田甜觉得创业更考验自己的能力了,“什么都自己做主,面对客户会更自信一些。”创业以来,田甜感觉干活更有底气,心态也更沉稳了。

在调查中,奶茶咖啡店、餐馆、便利店/小超市是受访小店店主开设较多的小店类别。对于开小店,50.9%的受访小店店主觉得是一种不错的创业选择,43.8%的受访小店店主认为,给自己“打工”更有动力,还有40.7%的受访小店店主表示是一份更加灵活自由的工作。

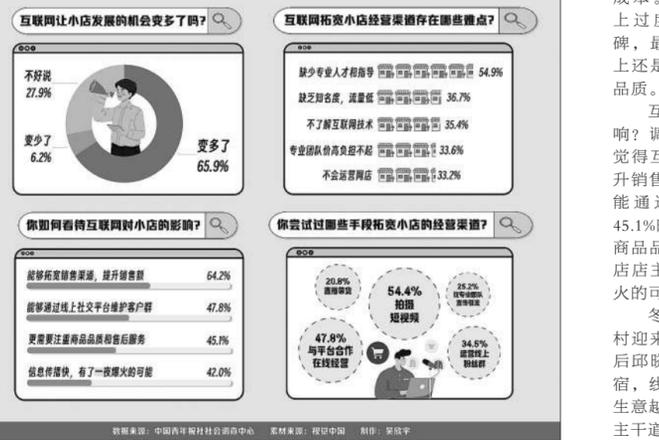
不仅是小店店主认同自己的工作,普通大众也正被小店带来的烟火气所感染。调查中,超八成(84.3%)受访者喜欢逛小店。对于小店主这种职业选择,50.7%的受访者认同“给自己‘打工’,更有动力”,一线城市受访者对此认同度更高(54.9%)。40.6%的受访者认同开小店是一种不错的创业选择,00后对此认同度更高(55.0%)。

在南京工作的90后黄帅平时喜欢逛周边的一些小店,最能提起他兴趣的是一些

## 小店让生活更便捷、充满烟火气

黄帅发现,身边已经有一些24小时营业的小店,产品质量、服务质量也越来越高,给周围的居民带来许多便利。

作为一名美食博主,廖元清有着10余年的探店经历。他发现,近一年自己的家乡开起了各式各样的特色小店,“很多都是之



回到小县城后,黄玉发现,县城的经营逻辑和大城市不一样,“县城的人口基数有限,再怎么发力也没有太多潜力可以挖掘,不像在成都,可能一篇推文火了,生意立马就可以爆火,但在小县城,花同样的时间和精力做同样的事,带来的收益却比较低。”黄玉觉得,小县城现在仍具有多士社会的特征,店铺靠口碑相传、老客带新客的方式实现增长,所以他们目前不会把经营重心放到线上,“前段时间,应顾客的需求,我们才开通了外卖平台,接一些线上订单。”

### 超六成受访小店店主认为互联网能拓宽小店销售渠道

今年24岁的岳阳小伙雷红辉,在当地开了一家新中式茶饮店和一家生鲜

特色的手工艺品和纪念品店。平时租房时,有小店的地方往往是他的第一选择,“这些地方更有生活气息,平时吃饭也更方便。”

他觉得现在年轻人之所以愿意开一间小店,是为了在时间上更自由,也能尽可能地做自己喜欢的事。他想等有了一定积蓄后,开一间类似音乐吧的小店,给大家提供一个聚会空间,“我希望能创造一个有品位、受年轻人喜爱的环境。”

来自福建三明的美食博主廖元清则觉得,如今开小店的准入门槛在降低,但仍然不能盲目开店,如果没有做好市场分析,没有掌握一定的市场营销知识,容易失败。

雷红辉在长沙创业的4年并不顺利,今年回到家乡岳阳后,他一边帮家里做海鲜生意,一边抽空考察新的项目,在观察、调研了3个月,他才决定开这家新中式茶饮店。这种养生茶饮基于中国传统的养生文化,讲求与自然协调、药食同源,“结合国人饮茶的习惯,将食材浸泡熬煮,再

前没有的品类,而且大部分是年轻人开的。”在探店过程中,他发现特色小店要么环境特别,在装修和装饰上比较有格调 and 地域特色;要么产品比较特别,能够满足年轻人多样化的需求。

廖元清还发现,身边有许多开在社区中的特色小店。“现在年轻人开店有一种交朋友的感觉,与顾客之间的关系很像以前邻里之间的感觉。这些社区小店把人与人的距离拉近了。”

大家会用什么词汇来形容周边的小店?数据显示,“方便”(62.7%)、“实用”(47.4%)、“各有特色”(40.8%)是排名前三的关键词。除此之外,“有烟火气”(40.6%)、“生活的一部分”(35.7%)也是受访者形容小店的主要关键词。

雷红辉在长沙创业的4年并不顺利,今年回到家乡岳阳后,他一边帮家里做海鲜生意,一边抽空考察新的项目,在观察、调研了3个月,他才决定开这家新中式茶饮店。这种养生茶饮基于中国传统的养生文化,讲求与自然协调、药食同源,“结合国人饮茶的习惯,将食材浸泡熬煮,再

## 超六成受访小店店主确认互联网让小店发展机会变多

## 81.4%受访小店店主会通过互联网拓宽经营渠道

中青报·中青网见习记者 王志伟 吴欣宇 记者 孙山

在互联网时代,实体店如何迎接挑战,焕发新的活力?中国青年报社调研组对全国60多个城市226名小店店主进行的问卷调查显示,81.4%的受访小店店主会通过互联网拓宽经营渠道,65.9%的受访小店店主认为互联网让小店发展机会变多。

### 超八成受访小店店主会通过互联网拓宽经营渠道

90后田甜3年前从一家服装店辞职后,开了一家花店。在店铺试营业时,她就开通了一些平台账号,发布小店的信息。田甜觉得现在互联网发展很快,不少年轻人会通过网络搜索吃喝玩乐的信息,对于小店店主来说,要接受互联网带来的变化。“以前我上班时,经常刷抖音、小红书,但那时完全是当作一种娱乐消遣的方式。开店之后再使用这些平台,就会有意识地跳出娱乐的视角,从商业角度去琢磨互联网的运营模式和逻辑,比如怎样做出有意思的内容,如何吸引用户的注意力等。”

在武汉开花店的95后店主熊梦洁同样感受到了互联网的魅力。几个月前,她从国企辞职,和两个好友一起开了一家花店,由熊梦洁负责花店的线上运营,“目前主要在小红书和抖音发布内容,更新的内容大概分两类,一类是展示店内新品,另一类是我们经营小店的日常生活。”

熊梦洁记得,刚开始运营账号时,几乎没什么人关注,后来突然有一条帖子火了,一下子吸引了不少人的关注,线上的粉丝越来越多,线下也有不少顾客慕名前来,生意好了不少。提到运营心得,熊梦洁觉得最主要的是要

## 吃苦耐劳是受访店主认为经营小店最需要的品质

## 66.3%受访小店店主愿意把经营小店当作一生的事业

摆脱出来,她选择了辞职。今年8月,她和两个好友在武汉开了一家花店,“开店后发现并没有想象中那么轻松,每天都很辛苦。”开业之初,没什么生意,熊梦洁经常和好友一块琢磨,调整方法,学着尝试运营自媒体账号,慢慢地,生意有了起色,顾客越来越多。

熊梦洁觉得经营小店,管理能力和沟通能力很重要。“在公司上班只需要做好手上的事情,但经营一家店铺需要把握全局,而且还要不断地跟客户、合作伙伴沟通,开小店让自己的思维有了很大转变。”

“开花店需要吃苦耐劳,还要有解决突发事件的能力。”32岁的田甜开店有3年时间了,为了降低风险,她最开始将店铺开在四川省都江堰市的一个小镇上,在积累了一些经验后,今年把店铺搬到了成都。“经营小店需要考虑方方面面,而且花艺这行对身体考验很大。”

在开店前,田甜对当地的市场进行了考察,比如用花需求、周边的竞品以及自身的优势等,为了增进对花艺行业的了解,她还报了一个月的花艺课程班。提到开店后的变化,田甜觉得自己

更愿意接触新事物,了解新事物了。

经营一家小店需要什么样的素质品质?调查显示,受访小店主把吃苦耐劳排在首位,获选率为75.2%,之后是开拓创新(66.4%)、踏实认真(63.3%),获选率均超过了六成,59.3%的受访小店主觉得要热爱生活,58.8%的受访小店主认为要有沟通能力。其他还有:诚实守信(58.4%)、心态平和(54.9%)、敢想敢拼(54.4%)、抗挫折能力(52.7%)、商业头脑(51.3%)、人脉广泛(46.9%)、有前瞻性(41.6%)、冒险精神(33.6%)等。

“保持热爱很重要,也要有发现美的能力。”在黑龙江省漠河市北极村开民宿的90后邱晓旭,在6年前的一次旅行中爱上了这里,并决定在此扎根创业。开民宿、做文创,生意越做越红火,“做文创产品,需要不断挖掘本地文化,所以拥有创新能力、应变能力很重要,另外还要时刻转变,应对市场的审美变化”。在经营小店的过程中,邱晓旭觉得与他人交流是件有趣的事情,“小店的客人来自天南海北,大家有着不同的生活经验,从他们身上能获得灵感。”

她还与社区、学校合作,推动手工编织进社区、进校园。3年间,在本地

用奶茶的形式制成养生茶饮,更符合当代年轻人的喜好。”

“许多特色小店正在发掘更多传统的东西。”廖元清发现,现在有的茶叶店不仅卖茶叶,还会深入挖掘茶文化、宣传茶文化,拓展小店的文化教育功能。

四川省内江市资中县的90后情侣付月和黄玉在当地开了一家小吃店,主要做广式糖水 and 四川当地的小吃。因为对美食烹饪有着浓厚的兴趣,他们一直很想开一间属于自己的美食小店。小县城的租金、人工成本都很低,这让他们可以更加专注地投入到做产品上。随着产品的不断优化,他们的顾客越来越多,口碑也逐渐累积起来,营业额从原来的200多元一天提升到1000多元一天。他们的梦想也正在实现。

调查中,对于小店的功能,50.0%的受访小店店主觉得满足了个人兴趣爱好,49.6%的受访小店店主觉得让自己的生活更好了,44.7%的受访小店主表示创造了就业岗位。在普通大众的调查中,61.6%的受访者觉得小店满足了周边居民日常生活需求,45.8%的受访者觉得小店激发了新的消费活力。此外还有,参与社会治理与服务(38.4%),提供青年社交场所(31.6%),治愈情绪、放松心情(31.3%)等。

(受访者要求,田甜为化名)

大家会用什么词汇来形容周边的小店?数据显示,“方便”(62.7%)、“实用”(47.4%)、“各有特色”(40.8%)是排名前三的关键词。除此之外,“有烟火气”(40.6%)、“生活的一部分”(35.7%)也是受访者形容小店的主要关键词。

雷红辉在长沙创业的4年并不顺利,今年回到家乡岳阳后,他一边帮家里做海鲜生意,一边抽空考察新的项目,在观察、调研了3个月,他才决定开这家新中式茶饮店。这种养生茶饮基于中国传统的养生文化,讲求与自然协调、药食同源,“结合国人饮茶的习惯,将食材浸泡熬煮,再

## 受访小店店主最期待精简办事手续

## 近半数受访小店店主希望政府对接适合青年创客的金融项目

中青报·中青网见习记者 王志伟 吴欣宇 记者 孙山

“扶上马,送一程”,如今各地为吸引青年到当地就业创业推出一系列政策措施。对青年小店店主来说,他们最期待哪些支持?中国青年报社调研组对全国60多个城市226名小店店主进行的问卷调查显示,60.6%的受访小店主期待进一步精简办事程序手续,48.2%的受访小店店主希望政府对接适合青年创客的金融项目。

95后熊梦洁从国企辞职后,和两个大学好友在武汉开了一家花店。“开店资金是我们各自的积蓄,所以刚开业时没什么订单,还挺焦虑的。”熊梦洁了解到,武汉有人才引进和创业扶持等政策,但基本只面向刚毕业的大学生。“希望能给青年创业者一定的资金支持或提供无息贷款,减轻创业者的资金负担。”

哪些问题让小店店主困扰?调查显示,店面租金排在第一位,获选率为64.6%,其次是盈利状况(42.5%),37.6%的受访小店店主认为是发放员工工资,29.2%的受访小店店主认为是数字化转型升级。其他还有:融资渠道(28.8%),买房(22.6%),父母养老(22.6%),社保医保(19.8%)等。

85后姚艳是江西省赣州市章贡区钩针编织技艺非遗传承人,创业初期到文创园找店铺时,负责人听说她从事的行业后,不太愿意将店铺租给她,“对方觉得这行没发展前景,担心小店收益不好,连房租都不交。”然而经过几年的发展,姚艳不仅没有拖欠房租,一手创办的工作室反而成为文创园的名片之一。不过姚艳说,手工编织在产业链中处于末端,缺乏品牌效应,而且同行之间存在低价竞争的情况,“现在我会做一些外贸订单,主要发往韩国、日本、澳大利亚等国家,价格稍贵一点。”

95后雷红辉在家乡湖南岳阳开了一家新中式茶饮店,在办理相关手续时,他感觉流程比较繁琐,食品经营许可证办了一个多月才下来,而且自己的情况并非个例,“对于商家来说,每等一天就要多付一天的房租,希望能在合规的情况下,加快办证速度。”

“不少创业者是外地过来的,在本地没什么人脉,缺乏让人了解自己的途径。”熊梦洁希望官方能组织一些交流会,创业者沙龙,加强青年创业者与当地大企业之间的联系。

调查显示,60.6%的受访小店主期待进一步精简办事程序手续,48.2%的受访小店主期待政府对接适合青年创客的金融项目,38.5%的受访小店主希望支持小店参与政府采购,36.7%的受访小店主期待加强各类政策的宣传介绍,35.4%的受访小店主希望搭建青年交流和文化活动平台。

姚艳如今在当地已经拥有3家工作室,除了全职的工作人员,还有100多名兼职人员,他们大多是本地的留守妇女、居家宝妈以及残障人士。姚艳的目标是做出具有当地特色的文创品牌,“期待文旅等有关部门能够提供更多支持,整合本地的文化资源,提升传统文化的影响力。”

另外,小店主期待政府提供的支持还有:提供互联网技能培训,对接数字化资源(34.5%),发展信用贷等信贷方式,拓宽融资渠道(33.6%),提供个性化、差异化的培育和帮扶(33.6%),构建街区内的商户联盟,发挥集群优势(30.1%)等。

在浙江省安吉县梅溪镇红庙村,当地村委与大学生团队合作,将废弃矿坑打造成网红咖啡馆,激励年轻人创新创业。红庙村村委委员王永介介绍,当地政府为吸引大学生创业,开通了公交车专线,提供了人才公寓。另外,安吉县政府还为创业的大学生提供免费租房、就业、创业补贴。“未来我们会结合自身优势,搭建更好的平台,完善配套设施,吸引更多大学生返乡就业创业。”

(受访者要求,熊梦洁为化名)

调查显示,66.3%的受访小店主愿意把经营小店当作一生的事业。

邱晓旭说,扎根漠河,不仅因为喜欢当地的环境,也因为看到了这里的发展可能性,“这边有自然风光、天然资源,也有人文景观、本土产业,可以做成产业链。”邱晓旭依托当地资源,做民宿品牌,开发文创产品。对于未来的发展,他有一系列规划,建设手工木作坊,打造研学课程,推出山产品伴手礼等,他希望能将本地特产、风味分享给远道而来的朋友。

“这不仅是我一生的事业,也是一群在最北方奋斗的伙伴的共同事业。”

(受访者要求,田甜、熊梦洁为化名)

大家会用什么词汇来形容周边的小店?数据显示,“方便”(62.7%)、“实用”(47.4%)、“各有特色”(40.8%)是排名前三的关键词。除此之外,“有烟火气”(40.6%)、“生活的一部分”(35.7%)也是受访者形容小店的主要关键词。

雷红辉在长沙创业的4年并不顺利,今年回到家乡岳阳后,他一边帮家里做海鲜生意,一边抽空考察新的项目,在观察、调研了3个月,他才决定开这家新中式茶饮店。这种养生茶饮基于中国传统的养生文化,讲求与自然协调、药食同源,“结合国人饮茶的习惯,将食材浸泡熬煮,再

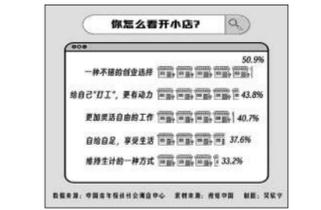
用奶茶的形式制成养生茶饮,更符合当代年轻人的喜好。”

“许多特色小店正在发掘更多传统的东西。”廖元清发现,现在有的茶叶店不仅卖茶叶,还会深入挖掘茶文化、宣传茶文化,拓展小店的文化教育功能。

四川省内江市资中县的90后情侣付月和黄玉在当地开了一家小吃店,主要做广式糖水 and 四川当地的小吃。因为对美食烹饪有着浓厚的兴趣,他们一直很想开一间属于自己的美食小店。小县城的租金、人工成本都很低,这让他们可以更加专注地投入到做产品上。随着产品的不断优化,他们的顾客越来越多,口碑也逐渐累积起来,营业额从原来的200多元一天提升到1000多元一天。他们的梦想也正在实现。

调查中,对于小店的功能,50.0%的受访小店店主觉得满足了个人兴趣爱好,49.6%的受访小店店主觉得让自己的生活更好了,44.7%的受访小店主表示创造了就业岗位。在普通大众的调查中,61.6%的受访者觉得小店满足了周边居民日常生活需求,45.8%的受访者觉得小店激发了新的消费活力。此外还有,参与社会治理与服务(38.4%),提供青年社交场所(31.6%),治愈情绪、放松心情(31.3%)等。

(受访者要求,田甜为化名)



## 受访小店店主最期待精简办事手续

## 近半数受访小店店主希望政府对接适合青年创客的金融项目

中青报·中青网见习记者 王志伟 吴欣宇 记者 孙山

“扶上马,送一程”,如今各地为吸引青年到当地就业创业推出一系列政策措施。对青年小店店主来说,他们最期待哪些支持?中国青年报社调研组对全国60多个城市226名小店店主进行的问卷调查显示,60.6%的受访小店主期待进一步精简办事程序手续,48.2%的受访小店店主希望政府对接适合青年创客的金融项目。

95后熊梦洁从国企辞职后,和两个大学好友在武汉开了一家花店。“开店资金是我们各自的积蓄,所以刚开业时没什么订单,还挺焦虑的。”熊梦洁了解到,武汉有人才引进和创业扶持等政策,但基本只面向刚毕业的大学生。“希望能给青年创业者一定的资金支持或提供无息贷款,减轻创业者的资金负担。”

哪些问题让小店店主困扰?调查显示,店面租金排在第一位,获选率为64.6%,其次是盈利状况(42.5%),37.6%的受访小店店主认为是发放员工工资,29.2%的受访小店店主认为是数字化转型升级。其他还有:融资渠道(28.8%),买房(22.6%),父母养老(22.6%),社保医保(19.8%)等。

85后姚艳是江西省赣州市章贡区钩针编织技艺非遗传承人,创业初期到文创园找店铺时,负责人听说她从事的行业后,不太愿意将店铺租给她,“对方觉得这行没发展前景,担心小店收益不好,连房租都不交。”然而经过几年的发展,姚艳不仅没有拖欠房租,一手创办的工作室反而成为文创园的名片之一。不过姚艳说,手工编织在产业链中处于末端,缺乏品牌效应,而且同行之间存在低价竞争的情况,“现在我会做一些外贸订单,主要发往韩国、日本、澳大利亚等国家,价格稍贵一点。”

95后雷红辉在家乡湖南岳阳开了一家新中式茶饮店,在办理相关手续时,他感觉流程比较繁琐,食品经营许可证办了一个多月才下来,而且自己的情况并非个例,“对于商家来说,每等一天就要多付一天的房租,希望能在合规的情况下,加快办证速度。”

“不少创业者是外地过来的,在本地没什么人脉,缺乏让人了解自己的途径。”熊梦洁希望官方能组织一些交流会,创业者沙龙,加强青年创业者与当地大企业之间的联系。

调查显示,60.6%的受访小店主期待进一步精简办事程序手续,48.2%的受访小店主期待政府对接适合青年创客的金融项目,38.5%的受访小店主希望支持小店参与政府采购,36.7%的受访小店主期待加强各类政策的宣传介绍,35.4%的受访小店主希望搭建青年交流和文化活动平台。

姚艳如今在当地已经拥有3家工作室,除了全职的工作人员,还有100多名兼职人员,他们大多是本地的留守妇女、居家宝妈以及残障人士。姚艳的目标是做出具有当地特色的文创品牌,“期待文旅等有关部门能够提供更多支持,整合本地的文化资源,提升传统文化的影响力。”

另外,小店主期待政府提供的支持还有:提供互联网技能培训,对接数字化资源(34.5%),发展信用贷等信贷方式,拓宽融资渠道(33.6%),提供个性化、差异化的培育和帮扶(33.6%),构建街区内的商户联盟,发挥集群优势(30.1%)等。

在浙江省安吉县梅溪镇红庙村,当地村委与大学生团队合作,将废弃矿坑打造成网红咖啡馆,激励年轻人创新创业。红庙村村委委员王永介介绍,当地政府为吸引大学生创业,开通了公交车专线,提供了人才公寓。另外,安吉县政府还为创业的大学生提供免费租房、就业、创业补贴。“未来我们会结合自身优势,搭建更好的平台,完善配套设施,吸引更多大学生返乡就业创业。”

(受访者要求,熊梦洁为化名)

调查显示,66.3%的受访小店主愿意把经营小店当作一生的事业。

邱晓旭说,扎根漠河,不仅因为喜欢当地的环境,也因为看到了这里的发展可能性,“这边有自然风光、天然资源,也有人文景观、本土产业,可以做成产业链。”邱晓旭依托当地资源,做民宿品牌,开发文创产品。对于未来的发展,他有一系列规划,建设手工木作坊,打造研学课程,推出山产品伴手礼等,他希望能将本地特产、风味分享给远道而来的朋友。

“这不仅是我一生的事业,也是一群在最北方奋斗的伙伴的共同事业。”

(受访者要求,田甜、熊梦洁为化名)

