

2022 年 7 月 29 日

星期五

第 1695 期/共 1695 期

ECS DAILY INFORMATION

# 企 竞 中 心 每 日 资 讯

## 【参考信息】

专精特新支持，千万融资，3.6 亿礼包，“创客中国·诸神之战·50 佳”上海赛区 7.31 截止报名！.....p2

线上卷不动后，永璞加入线下开店大军.....p6

组合式税费支持政策助力沪上特色小店向阳而生.....p9

企业文化不是一层不变的，而是要随社会大环境变化和企业发展不断创新和变革。目前我国政治、经济和社会环境与过去相比，都发生了明显而深刻的变化，企业发展面临着诸多新机遇、新挑战和新任务，这都要求企业要高效开展企业文化创新和变革，保持企业文化先进性和引领性。

## 客观 冷静 中性 实证

上海企业竞争力研究中心

地 址：上海浦东浦电路489号由由燕乔大厦409-411室

电 话：021-51313680 4000092877

传 真：021-51313688 邮编：200122

E-mail: info@shecs.org

## 【参考信息】

专精特新支持，千万融资，3.6 亿礼包，  
“创客中国·诸神之战·50 佳”上海赛区 7.31 截止报名！



想要荣誉？

1 次报名=同时参加 3 场重量级大赛

优质企业可同时获得

创客中国、诸神之战、最具投资潜力 50 佳创企

三项荣誉！

想要政策？

入围创客中国全国 500 强、50 强企业组的

享受专精特新及小巨人政策支持

助你快人一步成为专精特新！

想要奖品？

联合华为、百度、阿里、腾讯、京东、用友等行业龙头

提供总价值 3.6 亿元“赋能创业创新加油包”

参赛、前 100 强、决赛优胜企业分层享受

参赛即可领取！

想要融资？

对接沪上百家知名投资机构，

据不完全统计

入围“50 佳”榜单平均新增股权融资千万以上！

这就是 2022 年“创客中国·诸神之战·最具投资潜力 50 佳评选”上海赛区，报名仅剩最后 3 天！拿专精特新政策支持，千万级以上融资，总价值 3.6 亿礼包，助创业者纾困解难，乘云破浪，勇毅前行！



上海市企业服务中心 创客中国 50 佳评选 Create®

**2022 MAKER IN CHINA**

**「创客中国」上海市中小企业创新创业大赛**

暨上海市最具投资潜力 50 佳创业企业评选  
及诸神之战全球创客大赛上海赛区

报名方式：登录上海市企业服务云，  
进入“2022 创客大赛”  
[www.ssme.sh.gov.cn](http://www.ssme.sh.gov.cn)  
报名截止日期：7 月 31 日

参赛手册  
含赛制详情、  
报名流程、奖励等

赋能创业  
创新加油包  
总价值 3.6 亿

指导单位：工业和信息化部、财政部  
主办单位：上海市经济和信息化委员会、上海市财政局  
承办单位：上海市促进中小企业发展协调办公室、上海市中小企业发展服务中心、上海市投资促进服务中心、上海市国际股权投资基金协会、上海股权投资协会、上海市创业投资行业协会、阿里云创新中心、上海市漕河泾新兴技术开发区发展总公司、上海市张江科学城科技创新服务中心  
特别支持：华为、百度、腾讯、京东、用友、梦创双栖、创合汇

## 01 大赛背景

2022 年“创客中国”中小企业创新创业大赛（以下简称“创客中国”上海赛区），是在工业和信息化部、财政部指导下，由上海市经济和信息化委员会主办的精英团队创业企业大赛，“创客中国”上海赛区联动上海市最具投资潜力 50 佳创业企业评选、诸神之战全球创客大赛上海赛区，形成“一赛三评”体系，面向全国创业企业与创客团队，高规格、高效率、高质量遴选并培育创业英雄。

自 2016 年，上海累计招募企业近 3000 家，推出了哈啰出行、摩拜单车、薄荷健康、卫莎网络（马卡龙玩图）、芯朴科技、拿森汽车、沃比医疗、与光彩芯、达观数据、扩博智能等一批沪上明星企业。据不完全统计，优胜企业第二年平均每家新增股权融资千万级以上！

## 02 参与方式

报名：2022 年 7 月 31 日（周日）前预赛：8 月初上海决赛：9 月初

报名方式：登录“上海市企业服务云”（[www.ssme.sh.gov.cn](http://www.ssme.sh.gov.cn)），首页点击“2022 年创客中国上海市中小企业创新创业大赛”进入专题页，填写报名信息并上传商业计划书。（报名时请使用电脑端 chrome 或火狐浏览器）

## 03 参赛领域

1、电子信息（含集成电路、新一代通信设备、新型显示及超高清视频等）2、数字经济（含大数据、云计算、物联网及智能传感、元宇宙、区块链、人工智能、新零售、新制造等）3、绿色低碳（含能源装备、节能环保服务、可再生能源及新能源高效利用、助力低碳化等）4、高端装备（含民用航空、航天及空间信息、高端船舶和海洋工程装备、高端装备服务；化工先进材料、关键战略材料、前沿新材料、先进材料服务等）5、生命健康（含生物医药及高端医疗器械、智能健康产品、生命健康服务等）6、时尚消费（含时尚服饰、特色食品、化妆品、家居用品、创意设计等）\*今年上海特别鼓励“疫情防控”类创新项目参赛，征集诊断试剂、医疗器械、装备生产、药物疫苗、防护装备、数字防疫等领域项目。符合条件的参赛者报名时，可勾选“疫情防控”标签，主办方将积极为其对接产业、金融、技术等资源，协调提供媒体发布、市场对接、落地孵化等服务，助力中小微企业疫后恢复、共渡难关。

## 04 招募范围

1、上海创业企业（1）上海注册成立的法人企业；（2）拥有自主知识产权且无产权纠纷，无不良记录；（3）已进入市场，具有良好发展潜力。2、非上海创业企业（1）非上海注册成立的法人企业，有意向落地上海发展；（2）拥有自主知识产权且无产权纠纷，无不良记录；（3）已进入市场，具有良好发展潜力。3、创客团队（1）遵纪守法的个人或团队；（2）参赛项目的创意、产品、技术及相关知识产权归属团队核心成员，与其它单位或个人无知识产权纠纷；（3）企业创新项目不得参加创客组比赛。

## 05 参赛福利

一赛三评：一次参与，优质企业可能同时获得三大重量级奖项！

“创客中国”：进入全国 500 强企业组的，优先纳入上海市专精特新；进入全国 50 强企业组的，优先纳入专精特新小巨人；在张江科学城专项资金申报中，获“创客中国”全国总决赛一、二、三等奖企业，给予获奖年度不超过 40 万/家的房租补贴；另外给予 60、40、20 万事后一次性现金奖励。推荐国家级平台与机构宣传展示、落地孵化、投融资对接、成果转化技术等服务。“最具投资潜力 50 佳评选”：对接沪上百家知名投资机构，优先获得知名投资机构背书等附加价值服务。“诸神之战”：直推阿里系投资，优先获得阿里云各项资源。

另有八重权益，重磅福利，不容错过！

1、奖项权益对大赛决赛一、二、三等奖颁发奖杯和荣誉证书，对入围上海市“最具投资潜力 50 佳”的参赛者，颁发荣誉证书。大赛结束后向社会通告各项大赛决赛获奖名单。符合条件的参赛者，推荐至“创客中国”“诸神之战”全国总决赛角逐。

2、政策权益依托“一网通办”企业专属网站“上海市企业服务云”政策匹配系统，力争“送策到企”。在符合政策条件的基础上，优先推荐上海市中小企业发展专项资金项目、专精特新企业申报。

3、培育权益所有大赛优胜企业将作为上海市重点扶持服务对象，纳入“上海市重点培育创业企业库”，优先获得政策和服务聚焦。推荐参与市委党校总校承办的“上海市重点培育创业企业创始人培训班”，邀请沪上知名企业家、投资者、行业专家担任导师，帮助创业项目与产业资源深度对接。组织企业赴华为、阿里等知名企业开展主题式、情景式教学。

4、投融资权益优先推荐对接沪上百家知名投资机构，获得知名投资机构背书等附加价值服务。优先推荐至各金融合作机构，争取获得银行授信及贷款服务。

5、落地入驻权益推荐入驻国家新型工业化产业示范基地、国家小型微型企业创业创新示范基地、上海市中小企业服务机构等，享受最新创业扶植政策和创业孵化服务，加速实现产业化。

6、宣传推广权益获奖项目将通过“上海市企业服务云”优先进行展览展示和服务推介。获得知名新闻媒体的专题报道，在《上海中小企业》杂志等主流媒体平台得到曝光，优先推荐参与中国国际中小企业博览会、经信系统工会内部共享计划等，帮助项目提升品牌知名度、拓展市场推广渠道。

7、诉求处理权益组织优胜企业座谈会、沙龙等活动，汇总企业诉求，由主办方兜底受理企业提出的各类问题，协助对接相应委办局沟通，依托市服务企业联席会议制度推进解决。

8、个性化资源包权益为帮助中小企业渡过疫情难关，主办方联合华为、百度、阿里、腾讯、京东、用友、创合汇、梦创双杨、沪上三家股权投资协会等行业龙头和知名机构，发布“赋能创业创新加油包”，总价值达 3.6 亿，加油包为 2022 年“创客中国”上海赛区报名项目、前 100 强项目和决赛项目分层梯度配置资源，参赛即可申领！



（扫描二维码了解加油包内容）

## 06 咨询热线

周老师 021-64225339 zhouyin@sheitc.sh.gov.cn

## 【参考信息】

### 线上卷不动后，永璞加入线下开店大军



在透露开店消息大半年之后，永璞咖啡终于迎来首家线下门店。

7月21日永璞咖啡全国首家线下门店「城是 CITYBORING」开业，门店地址为上海永嘉路394号。从门店布局来看，该店的设计呈简约复古风格。从装修到咖啡杯都选用了布鲁蓝作为主色调，店内以米色墙纸搭配木质家具，户外小庭院区域则是当下时髦的露营风。

产品方面，目前该店以咖啡为主打品类，搭配面包甜点以及气泡水等其他饮品。其中，咖啡产品包括意式咖啡、手冲咖啡两类，价格在25-45元区间，另外还有浓缩、燕麦奶两种经典拼配。

永璞咖啡成立于2014年，是一家新锐精品即溶咖啡品牌。发展初期，产品以挂耳咖啡为主，定位做大众市场的便捷咖啡。2018年，永璞咖啡登陆天猫商城，且推出国内首款冷萃咖啡液。其后，永璞咖啡开始专注于天猫商城，并在产品方面逐渐拓展出新的品类，譬如冻干咖啡粉和闪萃咖啡液等。

#### 01 永璞走向线下，永璞咖啡为何开始踏足线下市场？

自成立以来永璞咖啡便专注于线上渠道，对线下市场的首次探索在去年9月，彼时永璞咖啡在上海开出一家线下概念店，但仅经营了数天时间。此次永璞咖啡正式开业首家线下门店，在壹览商业看来，有以下几方面原因。

一方面，和大多数新消费品牌在当前面临的问题相关。受疫情侵袭，近一年来国内整个消费市场都不景气，不仅“营销至上”的发展策略失效，还有多家新消费品牌在今年发展势头疲软。

以拉面说为例，在今年6月曾有消息称，“拉面说资金链断裂、准备一折出售公司。”随后，拉面说虽然发布声明称，有关消息报道不实，公司目前经营状况良好等，但并没有透露具体经营数据来证实当前发展情况。而且，上述消息提及的天猫旗舰店粉丝量下滑情况，直至当前依旧存在。据壹览商业观察，截至7月27日，拉面说天猫旗舰店粉丝数从6月的510万已下滑至508万。

走在新消费前列的完美日记和奈雪的茶两家品牌，在近一年来，发展表现也不容乐观。从完美日记来看，财报数据显示，今年第一季度逸仙电商营收8.91亿元，同比下降38.3%；同期彩妆品牌的净收入下降为45.6%，高于公司下滑幅度。至于奈雪的茶，在2021年虽然营收实现同比增长，但也由盈转亏，净亏损达1.45亿元。股价方面，自去年6月上市至今，13个月左右的时间，奈雪的茶市值跌幅约68%。

另一方面，在我国咖啡行业发展火热的同时，行业竞争也愈发激烈。据艾瑞咨询预计，中国咖啡市场已经进入高速发展的阶段，预计行业保持27.2%的增长率上升，2025年中国咖啡市场规模将达10000亿元。其中，速溶咖啡赛道发展也十分迅猛，魔镜市场情报数据显示，在淘宝+天猫上，速溶咖啡/咖啡豆/粉类目第二季度总销售额达近25亿元，环比第一季度增长31.58%。

在此之中，以天猫为主营阵地的永璞咖啡，不论是市场份额还是销售额都不算很出色。魔镜市场情报数据显示，在今年第一季度中，永璞咖啡在淘宝+天猫中销售额为6830万元，市场份额仅为3.6%，排名第五。位居永璞咖啡之前的品牌分别为Nestle雀巢、隅田川、三顿半、星巴克，市场份额分别为9.9%、6.3%、5.9%、3.9%。

第二季度，在经历618大促活动后，虽然一些品牌排名有所变化，但永璞咖啡依旧排名第五，尽管销售额有所上升，但市场份额没有变化，仍为3.6%。这也意味着，永璞咖啡在线上的发展似乎已到瓶颈。此外，不论在品牌传播还是销售方面，永璞咖啡专注线上发展的策略均有局限性。

国家统计局数据显示，今年上半年社会消费品零售总额为210432亿元，其中全国网上零售额为63007亿元。也就是说，直至今年上半年，我国仍以线下市场消费为主，线上消费市场规模仅在30%左右。对于永璞咖啡来讲，在线上渠道发展达到瓶颈后，想要进一步扩张市场份额及销售，一定要走向线下市场。这样，永璞咖啡不仅能够更宽泛的传播品牌，让消费者更贴近品牌产品，线上+线下的模式还可以更好的相互促进品牌发展。而且，从线上市场来看，长期依赖流量会让品牌被各种渠道绑架，丧失战略主动权。不管从品牌传播，还是扩张销售来讲，永璞咖啡都应该走向线下市场。

不止是永璞咖啡，近几年来已经有多家互联网咖啡品牌，开始积极探索线下市场。2019年3月，三顿半在长沙开出首家线下DEMO店，2021年9月，又在上海开业首家线下概念店；2020年，时萃咖啡在深圳开业首家线下门店；至于隅田川，此前曾在上海、杭州均有尝试快闪店。

现在永璞咖啡主要是把线上线下结合起来，从品牌目前的发展来看，不做线下市场的话，在品牌传播和销售方面，会有很大的欠缺。而且，目前不少咖啡品牌的玩法都大体一致，均是先在线上将品牌建立起来，在有一定的知名度之后，再开始布局线下市场，很多品牌都是这样一个套路。

## 02 如何立足线下，走向线下，永璞就一定能发展好吗？

2022上半年，国内主要的17家连锁咖啡品牌共开新店约3075家，门店存量达到近19000家。在当前连锁咖啡品牌愈发内卷的情形下，永璞咖啡在进入线下市场的同时，势必会迎来激烈的竞争，而且永璞咖啡首家门店落户的上海地区更为尤甚。

上海，为我国目前咖啡文化最为浓厚的几个城市之一。有数据显示，截至 2021 年 11 月，大众点评平台上收录上海咖啡门店共 7200 家，为我国目前存量排名第一的城市。其中，不仅多数主流咖啡品牌均在上海有所布局，而且还不断有品牌在向上海冲击。

窄门餐眼数据显示，截至 7 月 4 日，星巴克在上海门店数量达到 958 家，瑞幸咖啡有 576 家，挪瓦咖啡有 236 家。另外，今年以来，除永璞咖啡外，还有蓝瓶咖啡、heylo 圆上咖啡等品牌也将中国市场首家门店落户上海。

在竞争异常激烈的上海市场，永璞咖啡如果能够站稳脚跟，可以说明其具备了在全国扩张的本钱。然而，永璞咖啡到底如何能长久生存下去，需要满足几个条件。

门店方面，永璞咖啡是否能快速实现门店规模化。对于线下门店的拓展，永璞咖啡创始人侯永璞曾表示，线下门店拓展并非朝夕可以完成，疫情后大家也将重新审视线下经营业态，目前线下店方面永璞咖啡会在模型完备之后再探索更长久的计划。这或许意味着，在疫情反复侵扰下，永璞咖啡或难以快速扩张。产品方面，永璞咖啡需要考虑产品有何特色，能否吸引消费者产生复购。

一方面是价格情况，从永璞咖啡上海首店来看，产品包含咖啡、饮料、面包甜点等。其中，咖啡的价格在 25-45 元之间，面包甜点均价为 18 元；其他饮品方面，气泡水和可可的价格分别在 28 元、38 元。另外，该店还推出套餐系列，美式+一款面包的价格在 40 元，奶咖+一款面包的价格在 45 元。从与瑞幸、星巴克均有的几款产品来讲，永璞咖啡售价与之相差不大。

一方面是产品特色，永璞咖啡推出的三款手冲咖啡产品为特色产品，星巴克、瑞幸两家品牌均无。同理来讲，星巴克、瑞幸也存在品牌自身独特的产品，而且无论是咖啡数量，还是面包甜点、其他饮品方面，均比永璞咖啡有更大的选择空间。

首店运营模式方面，「城是 CITYBORING」为永璞旗下首个线下空间品牌，作为一个社交空间，以咖啡为介质，为年轻人提供“逃离无聊，拥有短暂浪漫”的场所。与其他品牌相比，永璞咖啡首店文艺气息浓厚，虽然适合打卡拍照，但在吸引消费者复购方面仍是一个很大的问题。

总体来讲，永璞咖啡已经迈出了走向线下市场的第一步，对品牌发展来讲是一件好事情。但是进入线下后，永璞面临的是咖啡市场竞争愈发激烈的情形，而且未来还将会遇到更多的难题。这对永璞咖啡的线下管理团队来讲，将是一个全新的挑战。

## 【参考信息】

### 组合式税费支持政策助力沪上特色小店向阳而生



随着疫情形势的持续转好，城市也逐渐恢复了生机，漫步上海街道，市民得以重享现代城市公共空间的美好生活。街头巷尾的特色小店，不仅彰显着城市发展的活力，更承载着“人民城市”的烟火气和人情味。

面对疫情冲击，多数特色小店面临客源减少、成本上升、资金紧张等困难，而新的组合式税费支持政策快速落地，对“小店经济”来说无疑是一剂有力的强心剂。

#### “无声”重启 逆势上扬的咖啡香气

LiLiTime 是上海唯一一家被认证为中国社会企业的咖啡店，店里 70% 的店员都是听障人士。受疫情影响，LiLiTime 咖啡师自主研发的创意咖啡失去了受众。而且，口罩之下，员工无法看到客人唇语，也无法接听外卖来单，他们的身心承受了巨大压力。

“刚开始恢复营业，连着好几天没有营业额，加上新采购了一批新鲜的咖啡豆，投入成本有所增加，我们的开局就变得艰难起来。” LiLiTime 财务负责人汤晓敏说。

为帮助企业渡过难关，主管税务机关根据 LiLiTime 的行业特点及经营规模，联合区社保中心一同前往企业送政策、送服务。根据社保费阶段性缓缴政策，受惠范围内企业可以在缓缴期内根据自身经营状况向社会保险经办机构提出缓缴申请，并通过一网通办等平台线上办理。据测算，LiLiTime 全年可缓缴社保费约 13 万元。此外，企业第一季度已享受到 2 万余元的增值税小规模纳税人减征优惠，全年预计共可免征 8 万元。

“作为一家公益性质的咖啡馆，即使在最困难的时候，我们也没有考虑裁掉任何一个伙伴。在税务工作人员的辅导下，我们了解了怎么申请缓缴。最近，我们推出了一套《希望之光》主题的挂耳咖啡包，团队的插画师手绘记录下疫情里的感动瞬间，一起传递城市的香味和温情。”LiLiTime创始人朱静介绍，“这套我们原创的咖啡包在十几个小时内就卖出了近8000份，我带着店员忙着打包、发货，店里的顾客也多了很多，恢复了忙碌，这是我们新的开始。”

### 一扫颓势 新鲜乐活的舌尖体验

一步一景、一景一画，愚园路是沪上有名的网红打卡地。坐落在愚园路上的新概念西餐厅THECANNERY别具异域风情，主打罐头、海鲜、特调饮品三大元素，吸引了各方来客。上海恢复堂食后，THECANNERY也恢复了往日的繁忙景象。

“这次受疫情封控的影响，我们餐厅闭店了3个多月。这段时间我们坚持按时发放员工基本工资，但也到了资金最紧张的时刻。”THECANNERY所在的上海开瑞葆餐饮有限公司财务经理AMY LIU介绍，“社保费缓缴的政策太及时了！我们不愿意拖延缴纳员工的社保费，但资金实在是‘捉襟见肘’，税务部门在封控期间告知我们缓缴社保费的政策，通过平台线上办理就行，这让我们大大缓了口气。”

据了解，截至目前，开瑞葆餐饮公司2022年4月至6月所属期已累计缓缴社保费18.71万元。

“6月，我们接到通知恢复了经营，看到店内重新热闹起来，我们也找回了一点信心。社保费缓缴政策的实施，让我们熬过最艰难的时光，相信用不了多久我们就可以‘重整旗鼓’，让食客们足不出沪就能品尝地道的异域美食。”AMY LIU说道。

### 静待花开 焕发生机的花房芬芳

熹微的阳光照进落地玻璃窗，沁人心脾的花香扑鼻而来，刚走进RG鲜花店，就感受到这家开在武康庭的精致小店焕发出的生机。

“同时享受到增值税和企业所得税优惠政策，我们上半年总共节省资金约4.5万元，回顾小店的每一步成长，税务部门的帮扶助我们‘一路生花’。”上海馨朵花艺有限公司的负责人黄秋平说，“开春以来本该是销售旺季，但疫情导致我们全面停业，近两个多月没有线下订单，收入一度锐减，是税惠红利的支撑使我们减轻了经营成本，也增添了发展信心。”

为帮助RG花店这样的路边“小店”纾困发展，税务部门利用大数据推送政策“干货”，将云端宣传税收政策与线下服务送上门相结合，推动政策红利“精准滴灌”。

成本缩减后，身上的压力减轻了不少，黄秋平把更多精力投入到开拓线上销售渠道上，通过朋友圈、小红书等平台持续发布插花课短视频和花艺等作品提升关注。“线上营销是今后的趋势，疫情促使我们转变经营方式，目前活跃客户数、点击量等方面都有所增长，订单量已经稳步回升。”

“小店经济”就像城市经济生态系统中的毛细血管，与百姓生活息息相关。国家税务总局上海市税务局有关负责人表示，税务部门将更为精准落实组合式税费支持政策，持续为小微企业减负担、优服务，助力“小店经济”延续韧性与活力，为区域经济发展增势赋能。

想要了解更多资讯，请关注上海企业竞争力研究中心公众微信：

