

“小生意”与“大时代”

大学生团队利用 AI 制作视频半年营收 30 万元；土木工程研究生用 1 元创意烧饼圈粉 40 万人；95 后青年改造老院子为“有乡土气的咖啡馆”成旅游新地标……这些以“小生意”为切口的“轻尝试”，正在年轻群体中掀起创业新潮。

轻装上阵，小步快跑。在数字经济与零工经济深度融合发展下，“轻创业”模式成为越来越多人的创业选择。截至 5 月底，全国登记在册经营个体工商户 1.27 亿户，同比增长 1.0%；私营企业数量突破 5800 万户，同比增长 5.2%。“小生意”如何撬动经济“大市场”？又该怎样激活其活力，使其汇入高质量发展的时代大势？读懂“小生意”里的“大逻辑”，正是破解新时代创业密码的关键。

—

当年轻人既渴望能有一番作为，又害怕掉进创业的高风险陷阱时，“轻创业”恰好以其轻量化的特质，成为他们叩击市场的“最优解”。

“轻创业”以“轻”破局，其兴起并非偶然，而是多重优势聚合促成的必然结果。消费升级划分出垂直细分的发展空间。我国市场空间广阔，每一个“小痛点”都能牵引出相对的“大市场”，创业者敏锐捕捉这些信号，精准切中需求，就能在“小而美”的垂直领域站稳脚跟。在重庆市沙坪坝区建筑巷，一大批怀揣创业梦想的年轻人在这里开起了手工咖啡、文创礼品、特色美食等个性化的特色小店。“后巷经济”让昔日的老旧街道变为时尚消费目的地，吸引市民游客纷纷前来打卡。数字技术赋能创业创新创造，降低了“入局”门槛。当前，我国科技蓬勃发展，现代化产业体系加快建设，数字技术对产业升级和创业模式变革

的推动作用愈发凸显。例如，《哪吒》系列动画电影火爆出圈背后，就离不开可互动画研发全球首个“动态水墨渲染引擎”，其同样印证着数字技术对创新创业的强势赋能，这让“轻资产切入、高弹性扩张”成为可能。政策多重保障，优化创业环境。全国统一大市场的加速构建，正为创业搭建广阔舞台。市场准入负面清单逐年缩减，企业开办时间压缩至 4 个工作日内，降低了入门难度；今年出台的《中华人民共和国民营经济促进法》更以法律形式筑牢民营企业发展根基；“补贴+贷款+税费”的政策组合拳发力，直接缓解创业资金焦虑。这些政策优化着创业环境，提升了初创企业存活率和发展质量。人才结构优化，为创业注入持久动能。当前，技术技能型人才资源丰富，持续激发创业潜能。截至 2024 年 9 月，我国接受高等教育人口达 2.5 亿，技能人才总量超过 2 亿人，高技能人才占比提升至 30%，这形成了全球规模最大的知识型、技能型、创新型劳动者大军，为创业提供了大规模的人才储备。尤其是其中有想法、有知识、有闯劲的青年人才，正因他们的参与，创业活力才能在城乡角落、各领域赛道持续涌流。

二

跳出个体经营的微观视角，创业从来不是孤立的个人选择，而是与国家发展共鸣的时代命题。“轻创业”亦可成为托举时代发展的“重器”。

创业是激活新质生产力的核心驱动力。从改革开放初期个体经营的破冰试水，到新时代“互联网+”浪潮下新个体经济的蓬勃兴起，创业始终是激活社会创造力的创新引擎。当前，以“杭州六小龙”为代表的科技企业

集群，正通过技术创新加速产业变革。脑机科技研发的非侵入式脑机接口助力肢体障碍人士完成腿攀岩、钢琴琴等复杂动作，推动医疗康复革新；云深处科技联合钢厂打造的“宁小铁”机器人，实现全天候高炉巡检，大幅提升工业安全效率……这些企业以技术与场景创新，持续激发经济高质量发展的内生动力。创业是扎实推进共同富裕的重要路径。共同富裕不仅是物质的丰裕，更是发展机会的共享。创业为不同群体提供了参与经济发展的窗口，是激活城乡经济、缩小区域差距的实践路径。近年来，越来越多“逆行”创业者回到乡村，“村咖”、乡村工作室、数字游民群落、现代家庭农场、特色民宿等新业态如雨后春笋般拔节生长。乡村越来越有趣的同时，也为村集体经济发展和带动村民就业增收创造了更多机遇。创业是促进高质量充分就业的“民生抓手”。就业是民生之本，创业是就业之源。“坚持创业带动就业”为破解结构性难题、增强发展内生动力提供了根本遵循。相关统计数据显示，我国灵活就业规模已达 2.4 亿人，其中依托数字技术和互联网平台的新型灵活就业形态发展迅猛，从业人数已达 8400 万。“轻创业”作为灵活就业的一种，为广大劳动者们提供了灵活多样的就业方式，正在更深层次地优化就业结构、提升劳动参与质量。

三

如何助推创业者既能勇立潮头，又能行稳致远？这不仅需要国家、市场、社会同向发力，更需要创业者自身主动作为，在多方协同中筑牢发展之基，拓展前行之路。

强化引导赋能，政策要当好“护航员”。当前仍存在“大水漫灌”式政策供给，新业态

监管模糊现象，需着力破解供需错配、落地梗阻等问题。一方面，要以精准高效为导向，聚焦战略性新兴产业和民生急需领域，科学规划资源倾斜；另一方面，须深化“放管服”改革，进一步降低制度性成本，营造稳定透明环境。针对不同群体优化创业培训，按需提供服务，让政策温度催化创业动能。激活协同动能，企业要做好“同行者”。创业过程中，资源割裂、数字技术垄断等现象依然存在。需要进一步推动产业平台、数字工具互联互通，加强流量、物流、金融等要素支持，推动小微创业者快速融入产业生态。同时，发挥行业协会、商会等组织作用，搭建交流合作桥梁，促进资源互补共享，凝聚抱团发展合力。营造良好生态，社会要做好“培育者”。要营造有利于创新创业创造的良好社会氛围，就要先破除“成王败寇”的固化观念，引导大众理性看待风险。大力弘扬艰苦奋斗、敢为人先、诚信守法的创业精神，以典型宣传和榜样引领，让创业获得广泛尊重。同时，完善社会服务网络，提供法律咨询、心理疏导等服务，为创业者纾困解难，让创业热情持续涌动、创新活力不断释放。锤炼过硬本领，创业者要成为“实干家”。新时代创业者要紧扣时代需求，秉持企业家精神和工匠精神，以专业能力锻造核心竞争力。主动学习新工具、新模式，善用数字技术提质增效，以小创新积累大优势；恪守诚信底线，在合作中筑信任，在竞争中求提升，将个人发展融入国家所需和社会所盼，方能在时代浪潮中锚定航向，乘风前行。轻舟虽小，能载时代。前行路上，挑战仍存，但破浪之舟不因风高而返航。千千万万个“小生意”正为时代发展写上生动注脚，时代的浪潮，也正在这“小”与“大”的辩证转化中不断奔涌向前。

据上游新闻



丰收在望

8 月 6 日，航拍下的大足区宝顶镇铁马村，稻田染上金黄，丰收在望。
新渝报记者 黄舒 摄

文创雪糕成标配 文物“搬上”咖啡杯 这个夏天 你尝过哪些“文化味道”

□ 重庆日报记者 李晟

翠绿色的莲瓣层叠，呼应着敦煌飞天的飘逸与大足石刻莲花的庄严；390 岁高龄的铁树被复刻到雪糕之上，述说着重庆抗战博物馆的悠久历史；缙云山的日出和明月也飘然雪糕之上，带给人们吞日吐月的豪情……

这个夏天，兼具打卡拍照与解暑降温双重属性的文创雪糕再次成为各大博物馆的标配。

重庆各大博物馆里到底藏着哪些文创雪糕？除了雪糕之外还推出了哪些文创美食？当文创雪糕已经成为博物馆标配，它们的未来之路又在哪里？

8 月 5 日，记者走进我市各大博物馆进行了探访。

博物馆文创雪糕各具特色

刚刚过去的 7 月，重庆中国三峡博物馆推出了“从敦煌到大足”轻牛乳口味文创冰淇淋。这款结合正在举办的“从敦煌到大足”展览专门设计的文创雪糕，外盒设计采用敦煌飞天与云气纹样，辅以大足石刻经典莲花纹饰；冰淇淋造型以莲瓣层叠而成，中央花蕊呼应石刻中的莲花意象，精致得像是艺术品。

当雪糕触及舌尖，一场跨越千里的文明对话瞬间在味蕾上展开。那份醇厚温润的乳香，被赋予诗意想象，恰如“莫高窟大漠风沙的粗粳豪迈”交织着“大足山林雨雾的温润滋养”。

而在重庆抗战博物馆，镇馆之宝“云岫楼”的巍峨身影被定格于雪糕之上。更妙的是，雪糕表面复刻了馆内一棵 390 岁高龄铁树的神奇枝丫纹路。这支雪糕，不仅以建筑诉说历史，更以古树的年轮纹理，传递着生命与时间的无声力量。

北碚缙云山的诗意，则被“缙云·日出”（草莓多多）与“缙云·满月”（特浓牛乳）两款雪糕巧妙诠释。喷薄红日与高悬满月化身绚烂色彩，一口软糯香甜仿佛裹挟着缙云山的雨雾气息，让北碚区博物馆的游客在品味间体验到一场吞日吐月的豪情。李商隐笔下巴山夜雨的缱绻意境，也因这舌尖上的风景而

愈发真切可感。

从三峡博物馆到大足石刻，从重庆抗战博物馆到重庆各区县博物馆，这个夏天，手持这些端庄又不失俏皮的文创雪糕，在博物馆内寻找实物原型合影留念，再分享至社交网络，已成为人们打卡博物馆的重要方式之一。

探索更多“舌尖上的博物馆”

从 2019 年故宫博物院首家推出“脊兽雪糕”以来，文创雪糕开始走入人们的视野。6 年过去，文创雪糕已经从当初的独一份，发展到如今的博物馆标配。

“现在很多景区推出文创雪糕，它们在口味上相似度很高，以牛奶、抹茶、草莓等口味居多，去得多了，打卡照就不稀奇了。”游客王驰告诉记者。从某种程度上，因为文创雪糕的载体比较单一，参与的景区越多，越容易掉入同质化陷阱。例如，荷花、樱花、牡丹等元素被多个景区使用，使得文创雪糕纷纷“撞脸”。

当独有不再生是流量，“舌尖上的博物馆”路在何方？

重庆中国三峡博物馆和重庆市文物考古研究院积极进行了探索。

三峡纤绳、虎纽钁于、三羊铜尊、白鹤梁石鱼……藏于重庆中国三峡博物馆和重庆市文物考古研究院内的文物，开始被一一“搬上”咖啡杯，博物馆咖啡正成为这个夏天博物馆爱好者们的新宠。

重庆中国三峡博物馆前平台的“175M 博物馆咖啡”，其名字本身就是一个深植于重庆人集体记忆的密码——它源自三峡工程 175 米的最高蓄水位，这个数字承载着城市的壮阔历史与情感共鸣。

咖啡馆的空间设计灵感取自三峡文物搬迁的文物运输箱，巧妙嵌入的三峡微缩景观与顶部天窗投射下的粼粼水波，共同营造出沉浸式的文物环境体验。

咖啡杯套成为移动的微型展柜：三峡的壮丽风光与馆藏重器——威严的虎纽钁于、灵动的鸟形尊、被誉为“世界第一古代水文站”的白鹤梁石鱼等文化符号跃然其上，让每



重庆中国三峡博物馆推出的博物馆咖啡。重庆日报记者 谢智强 摄

一次举杯啜饮都成为与历史的无声对话。

更具温度的是，文创团队正致力于为重 庆 38 个区县调制专属饮品。南岸的桂花醪糟、彭水墨画般的乌江画廊、万盛的猕猴桃、奉节的脐橙……这些地方风物精髓化作特调咖啡的风味密码，让重庆丰富多元的地理文化在杯中得到生动鲜活的表达。

未来，更多馆藏国宝元素与重庆区县特色，将持续为“舌尖上的博物馆”注入新的文化叙事。

文创美食应能品也能留

从雪糕到咖啡，重庆的文创美食版图正在不断延展。但究竟什么样的文创美食才能突破“千糕一面”的发展瓶颈？重庆文创人也在思考。

重庆中国三峡博物馆文创与合作部主任池林认为，关键在于深挖文化内涵，超越符号的浅层运用，让雪糕“会讲故事”，将无形的文化资本真正转化为产品的核心价值与持久魅力。

池林说，他们已经留意到，西湖景区的“断桥相会”雪糕，巧妙利用许仙、白娘子等角色设计两支雪糕组成 CP，不仅能提高销量，还拓宽了打卡玩法；敦煌莫高窟的文创雪糕，观众将雪糕棒清洗，就能得到一枚设计精巧的九色鹿书签；三星堆的铜面具雪糕，在口味上别出心裁，专门推出了“出土味”和“青铜味”两种口味。

凭借着独具一格的设计，这些文创雪糕免于陷入低水平、同质化的窠臼，在市场上形成了差异化竞争优势。

重庆各大博物馆的实践表明，破局关键在于超越符号复制，深植文化内核。当一支雪糕的使命从“拍照发圈”的打卡工具，升维为承载文化记忆与提供独特味蕾享受的双重载体，它的未来便拥有了更广阔的想象空间。

从雪糕到咖啡，“舌尖上的博物馆”正努力挣脱“千糕一面”的窠臼。其未来，在于将无形的历史文脉转化为可品、可感、更可珍藏的独特文化体验，让每一次舌尖触碰，都成为与文明对话的深刻印记。

市场监管总局拟出台新规 加强食品销售连锁企业监管

新华社北京 8 月 5 日电（记者 赵文君）记者 5 日从市场监管总局获悉，市场监管总局近日起草了《食品销售连锁企业落实食品安全主体责任监督管理规定（征求意见稿）》，向社会公开征求意见。

据介绍，征求意见稿共 34 条，重点明确了各级管理事权、风险防控要求及法律责任，旨在加强食品销售连锁企业食品安全监督管理，压实企业总部、门店等食品安全主体责任，主要有三方面内容：

一是确定各级管理事权。对食品销售连锁企业实行分级分类管理，食品销售连锁企业总部、分支机构和门店的食品安全监管工作，分别由省级、市级、县级市场监管部门负责。

二是突出总部管理责任。细化食品销售连锁企业总部“日管控、周排查、月调度”制度落实要求，要求总部加强从业人员、采购、配送等环节管理，及时处置发现的问题，健全风险隐患防控机制。

三是强化全链条风险防控。要求食品销售连锁企业建立基于食品安全风险防控的动态管理机制，结合实际制定食品安全风险管控清单，实施覆盖总部、分支机构、仓储及配送中心、门店等全链条的食品安全风险管控。

立秋后重庆气温仍偏高 但“秋老虎”强度弱于近年同期

8 月 7 日是立秋节气，立秋后“秋老虎”是否会登场？高温何时能缓解？8 月 5 日，记者采访了市气候中心正高级工程师董新宁。

董新宁介绍，从整体趋势看，立秋并不会给重庆带来明显凉意。8 月全市平均气温预计达 28.5℃，较常年同期偏高 0.9℃；平均降水量 120 毫米，较常年同期偏少一成。这意味着立秋后重庆仍将维持气温偏高、降水偏少的特点。

随着 8 月 19 日“三伏天”出伏的临近，后续是否会遭遇“秋老虎”？董新宁解释，气象学上 8 月仍属盛夏时段，入秋需连续 5 日平均气温稳定低于 22℃。预计今年 8 月气温较常年偏高，但估计强度不及 2022 年和 2024 年，持续时间也可能短于去年。预计立秋后，副热带高压仍将控制包括重庆在内的我国大部地区，仅会受台风或西风带短波槽影响出现阶段性摆动。随着后期降水出现，预计 9 月中旬开始，全市大范围明显高温天气出现的概率将显著降低。

从历史数据看，重庆 7 月、8 月平均高温日数分别为 10 天和 12 天，绝大部分区县区的极端最高气温纪录均出现在 8 月。

体感变化是市民关注的焦点，立秋后体感是否会从“闷热”转向“凉爽”？董新宁表示，数据显示 7 月中旬至 9 月上旬，全市空气湿度平均低于 75%，相对干燥；9 月下旬后湿度才会升至 80% 以上，因此立秋前后体感上仍将维持前期的干热或闷热状态。

气象部门提醒，立秋后，早晚温差暂无明显增大，市民仍需重点关注高温和强对流天气预警，做好防暑降温措施的同时，警惕极端强对流天气带来的不利影响。

据重庆日报

（上接 1 版）

“如今我们的产品已经可以替代进口，价格也更实惠，所以订单量每年不断增长。”张绍洪说，此次通过生产扩能，预计年产值将实现翻倍。

无独有偶，重庆翔中燃气设备有限公司也是因为要在燃气阀门制造上掌握了核心技术，订单不断。

“所有企业都能做到阀门 100% 关气，但如果只关 50% 却是一道坎，而我们甚至可以根据客户需求，把阀门的关闭精度精确到个位数以下。”翔中公司负责人冯佩自豪地介绍，由于产品供不应求，产能跟不上，今年他选择了“搬家”，预计今年产值可达到 2 亿元，较去年提升一倍。

加速“进军”海外市场

7 月 23 日—26 日，第 24 届马来西亚国际建筑、室内设计及建材展上，玛格家居凭借卓越的工艺水准与前沿的设计理念，吸引了众多国际客商驻足交流、洽谈。现场更有当地意向商直接邀请玛格到店实地考察、洽谈合作细节。

作为重庆数智产业园消费品工业产业集群代表性企业，今年，玛格家居明确提出“海外战略”，把玛格家居打造成更加专业化、国际化、更具影响力的全球高端定制品牌，正式开启了“出海”之路。

玛格家居相关负责人介绍，近年来国内家居市场趋于稳定，国外市场却仍有较大增长空间，让他们看到了新的增长点。

目前，玛格已有多个项目落地新加坡、柬埔寨等国家，在沙特利雅得、马来西亚、菲律宾、澳大利亚等地也已觅得经销商，正筹备相关合作事宜。

记者了解到，目前园区内不少企业都在加速“出海”，园区也在加强相应的服务，比如：协调区相关部门，为重庆钧本机电集团争取办理房产分证，力保千万外贸订单；协助美心公司在园区成立博拉瑞图进出口外贸公司等，帮助企业进一步拓展发展空间。

“一人一企”促新项目投产

7 月 30 日，走进重庆数智产业园 B 区，美心智能门项目 2 号厂房正在加紧建设，工人们顶着烈日追赶工期。厂房内，新建的 7 条生产线已完成安装并投产。

作为产业园近年来招引的重大项目，美心致力于在巴南打造智能系统窗制造基地和智能门数字工厂，主要生产智能系统窗、功能性玻璃、隔断、防火窗、幕墙及水性漆门、免漆门、智能门等。

“美心智能门项目计划明年底全面建成投产，投产 3 年后全面达产，目标是实现年产值 50 亿元。”美心项目负责人说。

不仅是美心，时下，园区内多个项目正在加大马力推进：惠科显示模组项目一期厂房已完成建设；奇芯晶圆制造项目已完成厂房主体施工；恒安三期项目已完成桩基检测和破桩头施工，室外配套工程施工完成 95%……园区内建设场景一片火热。

“今年以来，重庆数智产业园紧密协同巴南区发改委、商务委、经信委等部门靶向施策，并首创实行‘一人一企’走访服务机制，着力加速新项目落地，切实为企业纾困解难，有效驱动了园区的高质量发展。”重庆数智产业园负责人表示，接下来，园区将全力保障美心智能门项目在年底实现全面投产，加速推进惠科、奇芯等重点项目达成预期产能，同时加快引入人工智能、物联网等前沿技术，深度优化产业链布局，力争今年工业总产值突破 400 亿元大关。