

开花结果

小店面、夜宵摊……街头巷尾的各色小店,是城市经济肌体中不可或缺的“细胞”。这些小店连接着千行百业,服务的是千家万户,撑起的是与生活息息相关的民生经济。今日起,本报推出“奔跑吧,小店”系列报道,通过一个个蕴含浓浓烟火气的故事,带你了解那一个个“热辣滚烫”的小店,感受“小店经济”为重庆经济发展增添的那一份活力。

# “小店经济”点燃重庆烟火气



图①:渝北区紫薇路,特色小店吸引了不少市民游客。 记者 崔力 摄/视觉重庆  
图②:九龙坡区民主村综合市场,一家名为“低音黄瓜”的咖啡烤肉店食客众多。(资料图片) 见习记者 尹诗语 摄/视觉重庆  
图③:渝中区山城巷,一重庆风味小吃店吸引了不少游客。 特约摄影 钟志兵/视觉重庆



## “奔跑吧,小店”系列报道①

□新重庆-重庆日报记者 陈钧 周盈

“老板,一碗小面加个煎蛋。”  
“要得,随便坐。”  
2月23日清晨7点,渝中区解放碑十八梯邓板凳,到店吃面的人络绎不绝。店主邓秋槐一边招呼食客,一边端上免费豆浆。  
小店里明亮的灯光,食客点餐的吆喝声,厨房里升腾的蒸汽,挑面师傅娴熟的的手法,服务员轻快的脚步……  
在重庆,像这样的小店有很多很多,遍布街头巷尾,点燃了一座城市的烟火气。

党的二十大报告提出,要坚持把发展经济的着力点放在实体经济上。  
2020年7月21日,习近平总书记主持召开企业家座谈会时指出,我国有8200多万个个体工商户,带动就业人口超过2亿,是数量最多的市场主体,是群众生活最直接的服务者。  
小店,是构成实体经济最基础的“细胞”,连接着千行百业,也服务着千家万户。它们数量众多、活力十足,是稳增长稳就业的底气所在,也是推动高质量发展的韧性所在。一个个各具特色的小店不仅承载了市民生活、休闲与消费的需求,也托起了平凡劳动者的生计。

### 小店很“小” 城市商业的“毛细血管”

何为小店?  
根据我国对企业规模的相关划分办法,小店是指面向居民消费的个体工商户。  
顾名思义,小店规模很小,雇员通常在10人以下,年营业额100万元以下。  
小店虽小,但它总量庞大,牵动民生——  
市场监管总局统计数据显示,截至2023年底,全国登记在册个体工商户已发展到1.24亿户,比2020年增长

67.4%,支撑了近3亿人就业。  
邓秋槐便是1.24亿个体工商户中的一员。2017年,一直找不到合适工作的他开了这家“十八梯邓板凳”,凭借特色米粉和杂酱面,小店很快在餐饮竞争激烈的重庆站稳了脚跟。  
如今,这个不到80平方米的小店,创下了单日销售4.8万元的纪录,按平均16元客单价计算,意味着每天要卖出3000碗小面。创业7年来,十八梯邓板凳已在全国开了35家分店。  
邓秋槐靠一家卖面小店,过上红火日子。老秦则靠一家冒菜小店,让生活热气腾腾。

临近元宵佳节,大坪时代天街周围依旧人声鼎沸,街道两边的店铺大多还在营业。在“胖子冒菜”店门前,有顾客在排队,等着吃上一碗冒菜。  
1997年,双双下岗的老秦夫妇开了这家小店。一晃近30年快过去了,这家小店成了不少人的“深夜食堂”,每晚店里的顾客络绎不绝。  
见证了重庆夜间经济从小到大的发展历程,小店生意越来越好,也让老秦开分店的计划提上了日程。  
邓秋槐、老秦只是1.24亿个体工商户的一个缩影,他们通过小店,实实在在改变了自己的生活。  
重庆大学经济学教授廖林表示,小店灵活而有韧性、门槛相对较低、易复制扩张,往往是年轻人创业的“起点”。小店虽小,但在丰富市民生活消费的同时,也能成为商业经济聚集能量。“小店就像城市商业经济的‘毛细血管’,虽小但数量众多,分布、延伸到城市每个角落,为经济发展注入活力。”

### 小店很“火” 促进消费重要抓手

小店很“小”,但作用重大。  
近年来,各地纷纷重视小店发展:一方面,在减税降费、金融帮扶等方面重点施策,帮助小店解决资金、经营等实际问题,让小店更有“生命力”;另一方面,通过打造各种消费场景,增强城市“磁力”、提升小店品牌“竞争力”,让

小店经济“火起来”。  
比如,围绕提升小店“生命力”——  
浙江在2023年省两会期间对《浙江省促进中小微企业发展条例(草案)》进行了审议,《条例》明确规定了对中小微企业创业扶持、创新推动、市场开拓、财税支持、融资促进、服务措施、权益保护等方面内容;广西于去年2月底发布措施,对如何实施“柔性监管”服务支持小摊、小店发展有了更详细的规定;我市也在2022年推出了允许“外摆位”试点、符合条件的果农日用品摊贩可豁免登记等若干条措施。  
又如,围绕让小店经济“火起来”——  
南京推出“小店计划”,通过“引流聚合、数字升级、降本增效、便民服务、示范引领”五大行动,如今已惠及10万余家城市小店;广东则通过发放电子消费券、加大力度减税降费等方式促进小店经济回暖;云南丽江市出台10条激励措施,安排6000万元文化旅游专项资金,“引客入丽”支持当地民宿、餐饮、娱乐小店发展……  
随着众多支持政策和措施的出台、落地,盘活了一众街边小店,小店经济“乘风破浪”。

市场监管总局于2023年11月发布的数据显示,随着个体工商户的发展壮大,2023年前三季度,全国已有超过7万户个体工商户成功转型升级为企业。同时,民生相关行业回暖,新设个体工商户数量百万级以上的行业主要有批发零售、住宿餐饮、农林牧渔和居民服务业,分别为889.5万户、251.6万户、136.3万户、134.1万户。  
“作为产业链和消费链的‘毛细血管’和市场的‘神经末梢’,个体工商户的稳定发展守住了街头巷尾的烟火气,维持了亿万家庭的生计,显示出我国经济的强大活力和韧性。”国家市场监督管理总局登记注册局局长任瑞平表示。

### 小店很“辣” 特点鲜明遍地开花

在重庆,小店也如这座城市一般,

热辣滚烫。  
漫步在大街小巷,你能看到许多个性鲜明的特色小店,在这座包容性极强的城市里落地生根,成为重庆人对“烟火气”“幸福感”的新表达。  
在两江新区民心佳园夜市的一个摊位,锅里的油饼滋滋作响,排队购买的人排到百米开外,“李妹妹葱油饼”从线下火到线上;  
同样火爆互联网的,还有“山城小栗旬”,他的二刀刘男士理发馆甚至吸引许多顾客从其他城市慕名而来;  
在九龙坡区民主村综合菜市场内藏着一家烤肉店,因其独特的口味和创意,备受关注;  
在渝北区紫薇路,有一家很有氛围的餐酒吧。店面不大,整体是南洋复古风。店里把每一种酒的口味都做成了软糖,颇受欢迎;  
在南岸区的沐歌小院民宿,席间各种浅斟低吟把酒高歌,让人尽情释放、无拘无束。  
不仅如此,花团锦簇的个性花店、摆在马路边的地摊火锅,主打中国传统文化的国潮体验店、热气氤氲的咖啡和小面……在重庆街头巷尾,一个个红红火火的方寸小店不仅将城市扮靓,也让消费春意盎然。

重庆小店的火热,经济数据上也印证了这一点:2023年重庆新设个体工商户45.89万户,同比增长21.43%,每个月有近4万个“新店主”诞生。  
当前,重庆正在培育建设国际消费中心城市,今年市政府工作报告中提出,推动消费恢复回暖,繁荣发展“四首”经济、新个体经济等新新业态。  
市井长巷,聚拢起烟火,摊开来是人间的。  
遍布城市的万千小店,是新个体经济的重要载体。小店虽小,但聚沙能成塔,点燃了城市烟火气。生机勃勃的小店经济,正成为提振消费、推动重庆高质量发展一股不可缺少的力量。  
千方百计、真金白银、诚心实意推动小店多起来、活下来、火起来,让个体工商户蓬勃起来,“小店经济”也必将为重庆建设注入强劲动能,持久呈现重庆经济春意盎然好光景。

## 重庆重拳拧紧入河排污“阀门” 全市已排查621条河流9550个人河排污口

□新重庆-重庆日报记者 陈维灯

2月29日,流经九龙坡区的桃花溪一派水清岸绿、鱼翔浅底的春日景象。  
全长15.79公里的桃花溪是长江一级支流,曾因管网不健全、雨污混流导致水质长期为劣V类,也影响着长江水质。自2021年以来,九龙坡区以入河排污口整治为抓手,深入实施桃花溪流域生态环境综合治理工程,桃花溪及流域内的彩虹湖水质提升至IV类。

3月1日,也是《长江保护法》正式实施三周年之际。3年来,重庆认真贯彻《长江保护法》,着力加强水污染防治工作,全力打好碧水保卫战。截至目前,长江干流重庆段水质已连续7年保持II类,74个国家断面水质优良比例达100%。  
“入河排污口是连接水力和岸上的关键节点,是污染物进入环境水体的最后关口,开展全市范围的入河排污口排查整治,是从源头推动污染治理、改善水生态环境的重要举措。”市生态环境局副局长刘明介绍,截至2023年,全市已排查621条河流9550个人河排污口。其中长江、乌江、嘉陵江干流4012个人河排污口已整治完成3744个。

### 完善排查整治机制体系 形成多方联动参与格局

春寒料峭,两江新区肖家沟水库,市生态环境局两江新区分局的工作人员正通过无人机,对嘉陵江水系跳墩河流域的4处雨洪排口进行排查。除了定期巡查监测,两江新区还在城鎮雨洪、城鎮污水处理厂等各类排污口安装了智能监测系统。  
2019年,渝北区(含两江新区)作为全国仅有的2个试点城市之一,在全国率先开展长江入河排污口排查整治试点工作。随后,重庆迅速将排查范围扩展至长江、乌江、嘉陵江干流。

2022年,重庆印发《重庆市入河排污口排查整治和监督管理工作方案》,全域推进入河排污口排查整治。  
“我们成立了工作专班,按月召开调度会、培训会,为各区县入河排污口查测溯治提供‘点对点、一对一’技术帮扶。”刘明介绍,在此基础上,市农业农村委推动完成30亩以上的养殖池塘专项治理,市住房城乡建委开展了主城排水系统溢流整治……我市基本形成了党委领导、政府主导、企业主体共同参与的人河排污口排查整治格局。

### 推动排查整治出实效 提升群众获得感和幸福感

长江一级支流花溪河是巴南区人民的“母亲河”,生态良好、环境优美。  
然而,一段时间以来,花溪河土桥段时常有污水排出,严重影响花溪河和长江水质。  
“排查发现,花溪河土桥箱涵大部分从小区下方穿过,末端污水长期直排。”巴南区生态环境局相关负责人介绍,为从根本上解决排污口的水质问题,巴南区启动实施了花溪河综合整治项目,并将土桥箱涵雨洪排口涉及的区域纳入重点整治范围。该区在源头开展管网雨污分流改造,片区新建管网约5.77千米;在箱涵末端设置水质净化站用于处理混合污水,处理规模为每天1万立方米,彻底解决了土桥箱涵污水直排的问题。  
“通过入河排污口分类施策、系统整治,推动解决了一大批群众反映强烈的‘老大难’问题。”刘明介绍,通过清污分流改造,大沙溪、清水溪等一批雨污混排口入河水质由原来的劣V类提升为V类、IV类;通过“排口整治+环境修复”,溉澜溪、盘溪河等一批沟渠类排口实现“水清岸绿”整体蜕变,周边群众获得感和幸福感不断提升。

### 聚焦难点痛点堵点 提升智能化监管水平

市生态环境局水生态环境处处长杨科军介绍,针对水环境治理数据碎片化、烟囱化等问题,重庆融合水利、规划自然资源、市场监管等多部门数据,开发并上线运行重庆市入河排污口排查整治App,推动入河排污口水质超标精准溯源、精准监管。  
九龙坡区在全区范围内安装了次级流水质自动监测站24套、流量自动监测站10套、视频监控38套,在支流入口、行政管辖分界点、排口、护岸等实施24小时监控,对河岸沿线280个管井开展液位监测,避免污水溢入河流。  
“我们基于排污口污染特征数据库、河流湖库水质数据库、一、二级管网数据库,通过DNA水体污染物、水质指纹、水质光谱监测、水质热成像等精准溯源技术进行监管。”市生态环境局两江新区分局副局长王玲介绍,两江新区还采用“智能化、小型化、低成本、低功耗”的监测感知设备,解决排污口前端感知力弱、智能化程度低、监测方法标准不统一、及时性差、精准度低、成本偏高的问题。  
“下一步,我们将加快构建入河排污口数字化管理系统,优化污染源溯源模型,推动入河排污口细化、量化、闭环管理。”刘明表示,重庆将实施入河排污口整治攻坚战,推进“污水零直排区”建设,推动三峡库区城鎮污水溢流问题整改,进一步筑牢长江上游重要生态屏障。

### 今年1月重庆市乘用车销量同比增长48.9%

本报讯(新重庆-重庆日报记者 赵伟平)按照全市统一部署,3月1日0时至6月30日24时,我市禁捕水域全面禁止垂钓。  
我市地处长江上游,境内江河纵横,水系发达,渔业资源丰富,每年3—6月是鱼类繁殖的主要时节。为确保我市水生生物多样性,《重庆市禁捕水域休闲垂钓管理办法》规定,每年3月1日0时至6月30日24时为禁渔期。同时,根据市公安局、市农业农村委、市生态环境局等8部门通告,禁渔期内,我市境内的长江、嘉陵江、乌江干流以及大宁河、涪江、渠江、嘉陵江等754条禁捕河流全面禁止垂钓。

同时,我市还划定了常年禁止垂钓的禁渔区。分别是:长江上游珍稀特有鱼类国家级自然保护区重庆段、长江重庆段四大家鱼国家级水产种质资源保护区、嘉陵江合川段国家级水产种质资源保护区、乌江长溪河鱼类市级自然保护区、酉阳县三叠沟大鲵县级自然保护区、奉节县九盘河市级水产种质资源保护区。  
7月起,市民才可在除水生生物保护区之外的江河里休闲垂钓,且只允许一人、一竿、一线,不超过两钩。

本报讯(新重庆-重庆日报记者 白麟)2月29日,记者从重庆市汽车商业协会获悉,今年1月,重庆乘用车市场销量为4.88万辆,同比增长48.9%,环比增长4.5%。其中中国品牌销量达31590辆,同比增长59.8%,市场占有率达到了64.1%。  
从当月销售车型的燃料类型来看,重庆市场燃油车销量占比为64.02%,新能源汽车销量占比为33.78%。新能源汽车1月销量同比增长126.8%,纯电动车型占比达44.8%。  
今年1月进入总销量前15的车企月均销量破千辆,长安汽车、比亚迪、吉利汽车位居榜单前三,且进一步拉开了与其他品牌之间的差距。上汽大众、日产、一汽-大众则位居合资汽车品牌前三位。  
细分到不同车型,轿车板块传统燃油车销量持续走高。市场分析认为,近期传统燃油车的热销很大程度上是由于终端让利可观。从1月新能源汽车市场的销量情况来看,有四个品牌单月销量破千辆,整个新能源汽车市场发展态势良好。  
市汽车商业协会相关人士表示,1月重庆多家车企先后开启了官降,部分

## 今年1月重庆市乘用车销量同比增长48.9%

促销政策得到延续,再叠加消费者春节集中购物的习惯,部分需求得到释放,市场整体销量出现环比双增长。2月受春节提前消费因素影响,车市进入传统淡季,且工作日减少,经销商客流与销量出现明显下降,预计本地市场销量可能出现环比下滑。

促消费政策得到延续,再叠加消费者春节集中购物的习惯,部分需求得到释放,市场整体销量出现环比双增长。2月受春节提前消费因素影响,车市进入传统淡季,且工作日减少,经销商客流与销量出现明显下降,预计本地市场销量可能出现环比下滑。