

『共享早餐铺』里看『经济韧性』

本报记者张典标、陈琰泽

凌晨2点，蒋大才一家三口准时带着锅碗瓢盆“入驻”别人家的饭店。从此时到早上10点，这8个小时是蒋大才一家的营业时间。他们和店主共用营业执照。

这家位于北京市西城区盆儿胡同的饭馆，紧挨两所中学、一个菜市场 and 几个人口稠密的小区。料峭春寒冻得人直哆嗦，凌晨2点的胡同里睡不见一个人。不远处的菜市场口大街上，深夜烧烤店已经送走了最后一拨客人。

52岁的蒋大才说：“再晚一点开张我们就忙不过来了。”

不到20分钟，三人就麻利地布置出一个早餐摊。面团、肉馅、馄饨皮……从食材到厨具餐具，甚至垃圾桶，都是他们自带的。

26岁的儿子蒋小虎准备揉面做小笼包时，母亲张道群已经在每张桌上摆好了蘸料，蒋大才已经打好豆浆，小米粥正在锅里翻滚，窗户上挂起了水珠。

店里最受欢迎的是10元一屉的包子，每天大约要消耗15斤面，能卖百来屉。4元一碗的豆腐脑排第二。这两样主打餐品最费时费力，必须在早餐高峰前准备好。相对不费事的油饼、油条和馄饨随后准备。

不到3点，店里迎来第一个食客。“一屉包子，一碗豆腐脑。”这位刚下夜班的出租车司机打起招呼，“哪天来的？”

“一过正月十五就来了。包子现包，豆腐脑还没好，得等15分钟。”应答这位老主顾的工夫，小虎和母亲已经包好了几个包子。

的哥刚坐下，店里又拥进8个年轻人，要了包子和馄饨。

“他们是附近开健身房的。”在一旁做豆腐脑的蒋大才说，早餐店倚赖熟客，他们大多住在附近，早上买菜或者送孩子上学后的家长，都会在这里吃早点。

这家早餐店没有招牌，门口摆着一张泡沫板做的简易菜单。从2008年开始，这块泡沫板就跟着这家人转战西门、西四、北沙滩、八宝庄和天官院，见证了5000多个长夜与朝霞。

“这些地方少的待半年，多的五年。”蒋大才记得，西四和八宝庄的生意最好。

“在西四，我们只管做包子，不担心卖。”蒋大才回忆，一天能用完一袋50斤的面粉，是现在的三倍多。好的时候，2天3袋面都不够。可惜赶上饭店拆迁，他们只在西四干了三年。

靠着在八宝庄4年攒的钱，他们6年前在安徽芜湖农村老家盖了三层楼的别墅。现在的饭店只容得下15张桌子，而八宝庄的共享餐厅有30多张桌子，每天早上座无虚席。

“村里不少人都盖了别墅。”蒋大才说，很多同乡在北京干餐饮，但自己和他们交集并不多，“都是各干各的”。

记者多次后半夜走访发现，广安门南街至菜市口大街，右安门东街至广安门内大街，这块4平方公里的街区内至少有4家“共享早餐铺”，老板大多来自安徽。

前几年，因为北京背街小巷整治，蒋大才的早餐铺从八宝庄转移到大兴，直到4年前才在这落脚。

一直以来，他们都是租用别人饭店的“空闲”时间。瘦小的蒋大才1989年就到北京，曾经在建筑工地干过。在他的记忆里，那时很多早餐铺就已经是“共享”模式，比共享单车还早出二十多年。

“月租金从最初入行时的一千多、三千多，慢慢涨到现在的上万元。”负责管钱的张道群一直在忙，只是偶尔插话，“去年饭店还涨过一次租金。”相应地，原本9块钱一屉的包子，也涨了1块。

“饭店租金加上每月五千多的房租，现在挣的和替别人打工差不多。谈到经营情况，原本话不多的张道群慢慢打开话匣子。她指着儿子说，如果他是女儿，出嫁之后我们俩就吃劲了。”

街上出现环卫工的时候，前排桌子上已经整齐摆着蒸好的包子。蒋大才走进临街2平方米不到的小房里炸油条和油饼，张道群开始忙着包馄饨……

这天，送完最初的两拨客人后，一直到5点，早餐店除了记者，没有其他顾客。

一个小时后，路上行人和车辆渐渐多了起来，哈着白气的顾客上门，店里马上热闹起来。

天微亮，路灯灭。不到8点，店里迎来“早高峰”，15张餐桌坐满了人。张道群不时地小跑起来，小虎忙着算账端碗，蒋大才炸油条的锅里翻着油花。

“包子没了。”

“豆腐脑、馄饨也没了。”

“油条没后了，油饼要吗？”

9点以后来的顾客，要么有啥吃啥，要么抱憾而去。

9点30，白天饭店的服务员出现了，他们开始往店里搬运食材。

蒋大才一家开始熟练地收拾餐具、打扫卫生。

10点一过，蒋大才一家骑着2辆三轮车消失在人流中。

到了家，三人还得分工清洗锅碗瓢盆，午饭后一起准备晚上需要的食材，一直忙到下午三四点，从晚上6点开始睡觉，第二天凌晨一点半又开启“新的一天”。

“这几天的生意已经恢复到疫情前的水平了。”对于未来，蒋大才计划等孩子结婚后，就收摊回家，“到时自己也干不动了”。

他告诉记者，在老家结婚得在市里买房，加上装修，得花不少钱，“一时半会退不了休”。

学过几年英语的小虎有更多打算。他曾想到国外卖包子，没料到遇上老外没聊两句就挤不出话来。眼下，他盘算着先做好包子，再开几家分店。

温州：“中国鞋都”新突围

“制造之都”探信心之一



▲晓龙皮业店铺内，客商正在选购皮料。

本报记者郑梦雨摄

【编者按】近期，新华社浙江分社记者深入制造业大省浙江一些有代表性的“制造之都”蹲点调研，讲述“中国经济故事”，展现发展理念之变，探寻信心之源。本报今起刊发“制造之都”探信心系列报道，展现各地抢先机、争开局、拼经济的良好态势和喜人气象。

本报记者郑梦雨、王俊禄、顾小立

温州，中国东南沿海重要的商贸城市。在温州国际鞋草城大楼楼顶，写着“温州鞋世界 世界温州鞋”的标语宣告着这里的地位——2001年被授予“中国鞋都”称号，拥有制鞋企业4000余家，全年生产各类鞋超13亿双，全球每七双女鞋中就有一双产自这里。

这里映射着改革开放以来民营企业创业史，曾经辉煌无两。作为“百工之乡”的温州做鞋历史可以追溯到南宋，明代温州制造的鞋靴曾被列为贡品。改革春风乍暖之时，皮鞋更是成为带动温州发展、帮助百姓致富的“拳头产品”。

这里亦曾跌落谷底。劳动力成本抬高、原材料趋紧、工业用地不足、市场竞争激烈，让传统制造业短板暴露，也曾因低质低价无序竞争让“温州制造”成为粗糙低劣的代名词，恰如“江南皮革厂倒闭了”成为鞋业从业者的一句自嘲。

如何突围？垂直领域精耕细作，专注经营；老牌商户坚定耕耘，放大优势；传统企业自我迭代，转变思路；行业标地注入科技，拥抱变化……

——这是属于“中国鞋都”的另一种“狂飙”。

新的一年，不要“负”，想要“富”

用店主周小娥的话说，去年太难了，都在勒紧裤腰带过日子。

“因为疫情影响，我们的货在福建滞留了一个多月，好不容易到货了，退单又大批涌来，销量同比下跌了三成，这么多年还是第一次出现负增长。”周小娥说。

店主黄正立与市场另一侧经营一家面料门店。“这两年大家出门机会变少，买鞋的少了。”他感觉自己对时尚的“嗅觉”也迟钝了，“货品不流行了，没人买也是自然，关门也不能怪谁。”

新的一年，不要“负”，想要“富”，是鞋都鞋草城不少商户的心声。“现在，除了‘富’，我更希望的是‘顺’。”黄正立说。

对于这些店主而言，每次外部环境的动荡都是一次事关生存前途的“压力测试”。

泡上一壶茶，周小娥正笑意盈盈地招呼着来自各地的鞋企采购商。来往的不少老客户，很愿意跟她聊天。

记者走进温州青灿贸易有限公司的店铺看到，十几位店员正应接不暇地招呼顾客。他们身后，几款鞋扣、皮带扣一标上编号，整齐排列在十几排货架上，好似一间鞋类辅料超市。

“老板，这款2000个。”一位陈姓采购商拿着鞋扣照片，在这里找到了想要的货品。在他看来，鞋扣不仅要外观漂亮，还要牢固、耐磨，更要环保，重金属不能超标。

尽管艰难，但在温州，不少企业专注于做一根松紧带、一只蝴蝶结、一粒鞋扣，把小生意做成有全国影响力的大事业。

变形鞋饰在市场中独家经营童鞋鞋鞋饰扣，记者造访时，几名店员正将手工制作蝴蝶结配件粘合、整理。

店主孙素文介绍，虽然店铺体量不大，但开店五年来，这种垂直品类在市场中具有独特生存空间，疫情期间实现了平稳增长，一年交易额上千万元。

在实用性上，“鞋履之都”和温州的城市底色彼此映衬。

开年以来，仅温州国际鞋草城市场日均客流量约1.5万人次，经营户超500户，开市率95%以上。

温州城区“60分钟”车程内，可以配齐出产一双鞋所需的200多种设备、材料、配件；全产业链近一万家企业、从业人员数十万人集聚于此，2022年鞋业总产值约900亿元人民币。

肯吃苦、能抱团、有闯劲儿

东海温暖湿润的风，吹来了挺立潮头的制造业和勇猛精进的创业者。

20多年前，还是小姑娘的周小娥走进福建一家工厂，在浩如烟海的纽扣车间里日复一日。“那时候只要造得出就能卖得了，哪管什么质量。”回忆起那段时光，周小娥觉得恍如隔世。

懂技术又懂销售，让周小娥从车间脱颖而出。2012年，周小娥来到温州经营店铺，十年过去，温州鞋业的变革，也浓缩在这一粒粒鞋扣上。

阿群特作真皮鞋行店主殷良培和妻子苟兴群已经跟“鞋”打了三十年多年交道。

上世纪90年代，成都人苟兴群来到广州一家合制鞋工厂流水线上工作。2006年，他和爱人一起来到温州，成为在这里最早开店的一批人，被称为叱咤市场的“阿群”大姐。

“随着金融危机、疫情影响，当时一同打拼的店铺陆续冲刷掉了不少，我们因为多年来的积累，还是熬下来了。”阿群说。

在市场里，所有小商户平行排列，好像一个竞争丛林，“稍微怠慢一点生意就被别人抢走了”。

根据顾客需求打样，不做库存销售，拿来样品就有设计师团队变现。“以前一单量比较大，现在则是款式多、订量少。”市场风向不停变化，周小娥也在因时而变，总体而言，今年的预期远超去年。

“物流、人流通畅，产业链完备，厂商们反馈鞋子库存量骤减，鞋卖得出去，我们就有生意，今年预期可以大干一场。”周小娥信心倍增。

几天前，阿群和丈夫爬到雷达山顶，看到山上一棵青松独自站立，感到那是一个比喻。就像他们多年来的事业，经历风霜雨雪，依然挺拔清秀。

肯吃苦、能抱团、有闯劲儿——能“熬下来”，不仅源于诚信经营、品质保证，服务优质，更源自坚定、专注做销售，紧跟市场趋势和客户需求，一边卖货、一边找货，保持产品每天更新，亲自下场打包发货。

虽然店面不甚打眼，但平均每天，从他们仓库中发出的鞋子有一两千双。

碰到绊脚石就把它变成垫脚石

“碰到绊脚石就把它变成垫脚石”，这是温州鞋业内流行的一句话。

中国鞋都鞋草城市场一层电梯旁的大厅，一家一百多平方米的夫妻店“亿纳超纤”抢占着相对黄金的位置。店主滕荣利说，销售利润薄，门店租金不低，“能活下来就不错了”。

早年间，滕荣利从事鞋履制作，2019年开始转型做材料销售，凭借从业经验并依靠自主研发的新材料赢得客户。对照图片，他能准确说出颜色、材质和重量，并告诉对方样品在店面的哪个位置。

从做鞋转变成做鞋材，对于滕荣利而言是一次适应现实的新尝试。“目前单量整体平稳，但是心态还是比较谨慎的，想再观望一下，等待市场慢慢恢复。”他说。

平方公里左右的20个先进制造业园区，形成“启动区、拓展区、储备区”空间梯度体系，实施“工业上楼”厂房空间建设计划，全力保障工业发展空间。

“工业上楼”通常指多层厂房，也被称为“摩天工厂”“空中厂房”，让深圳的城市产业空间，有望从“存量”变“增量”。

在深圳宝龙专精特新产业园，深圳市艾克瑞电气有限公司终于找到了“家”。艾克瑞电气从事高端放射影像医疗设备及车载医疗设备的研发、生产、销售，从创立至今，辗转多个工业园区。这个产业园是深圳首个“专精特新”

专业园区项目，以市场价的30%至50%分割销售给符合条件的优质企业。

“优质产业空间价格合理，其高使用率留足了未来生产升级所需的空间。”深圳市艾克瑞电气有限公司总经理周建华说。

2023年是深圳实施“工业上楼”计划的第一年，一大批特色“工业上楼”项目面向深圳企业开放。

宝安新桥东先进制造业园区，是深圳首个平方公里级的“工改工”城市更新项目；南山红花岭基地“折叠空间+多维产城”富有现代科技感；坪山新能源汽车产业园，是装配式高层产业空间和百米高层预应力空心楼板示范工程，也是集

研发办公、轻型生产等功能于一体的新能源汽车技术创新中心。

截至目前，深圳共有72个“工业上楼”项目，用地面积854.8万平方米，平均容积率4.2，厂房面积2306.5万平方米。其中，共有50个项目在20大先进制造业园区范围内。同时，严控厂房租金，“工业上楼”优质厂房租金平均35元每月每平方米。

深圳市坪山区发改局局长黄莹说，除了大力整合连片产业用地，坪山区每年推出不低于200万平方米的高标准“工业上楼”项目，为创新型、制造型企业提供优质空间保障。



▲凌晨三点半，蒋大才一家三口在包包子。本报记者张典标摄

深圳：“工业上楼”进行时

新华社深圳2月20日电(记者印朋)深圳从2023年开始助推企业“工业上楼”，将连续5年，每年建设2000万平方米高质量、低成本、定制化的厂房空间，打造生产生活生态“三生融合”型制造业园区。

2022年，深圳规模以上工业总产值突破4.5万亿元，其中规上工业增加值首次突破1万亿元大关。工业经济总量与产业空间需求成一对矛盾。

深圳市工业和信息化局局长余锡权说，深圳坚持工业立市之本，下定决心破题产业空间制约，坚持集中连片、集约节约，突出高端先进制造，规划建设总面积300