



“面包人”再出发

中青报·中青网记者 陈卓琼

在江西省资溪县最热闹的建设中路，500米范围内有三四家面包店，邱海翔和周颖夫妻经营的爱心面包店是最热闹的一家。

早上9点多，周颖将新鲜出炉的面包搬上货架，给面包装袋的间隙，她还腾出手接听各种订货电话，不大的面包店里，挤满了拎着大包小包的顾客。

春节期间，爱心面包店也没有打烊，夫妻俩和4个蛋糕师傅每天工作到凌晨，给县里过寿的老人做蛋糕。这对年轻的夫妻店主说，这么做“不为挣钱”，“如果每家店都关门了，老人们去哪里订蛋糕呢？”

常住人口不到10万人的资溪县，四面环山，不种小麦，也不生产面粉，但30多年来，这里却走出了一支规模4万人的“面包大军”，将1.6万家门店开到全国1000多个城市，被誉为“中国面包之乡”。

1987年，当地两名退伍军人利用在部队学到的烘焙技术，凑钱在江西鹰潭开了资溪人的“第一家面包店”。从此，亲帮亲、邻帮邻，资溪人和“面包”一起闯入国人的生活。

“面包人”走出去，走回来

第一批外出谋生的资溪人靠着做“面包”生意，带着家人过上了好日子。

20世纪90年代中期，去外地做面包生意的资溪人，一个月就成为万元户的例子屡见不鲜。逢年过节，资溪人见面总不忘寒暄，“今年在哪里做面包？”回答也是千篇一律，“还好还好”，这句话的潜台词往往是：数钱数到手抽筋。

20多岁时，游小辉就在南京开了自己的第一家面包店。他回忆，早期资溪人开办的多是“夫妻店”，经营模式是“批发+少量零售”。转向“前店后厂”门店直营后，小商店主们开始注重店面装修，开起了连锁店，慢慢有了品牌意识。

生意最好的时候，游小辉名下有7家面包店、一家巧克力工厂和一个面包工厂。

当地政府为资溪面包产业起步阶段，就为店主申请小额贷款“面包贷”提供帮助。想去外地开面包店的资溪人，很方便就能贷到几千元至几万元的启动资金。2001年，资溪成立了全国第一家县级面包行业协会，当地法院、工商、公安等



爱心面包店里，师傅在给蛋糕裱花。
资溪县委宣传部供图



一个小女孩在一家面包店里选购面包。

资溪县委宣传部供图

部门还组建了一支专业队伍，为在外的资溪面包商提供法律、资金或是技术方面的援助。

资溪“面包人”不断走出去又陆续走回来。游小辉在2018年回到资溪创业，和70多位被“请”回家乡的企业家一起谋划资溪的面包产业。县里按照“一企一策”为他们提供场地、落户、资金、技术、办证等一系列服务。

面包小店抱团发展

邓汉兴是资溪人，在浙江、江苏都经营过面包店。他经历过“只要肯吃苦，就能挣到钱”的好光景，也见证了国内面包业从“量的积累”到“质的进步”的发展历程。如今，面包产品的更迭速度相比以往更快，销售渠道也发生变化，邓汉兴坦言，“竞争和压力是多方面的”。

“年轻人的消费习惯也和过去不同了。”透过几家门店客单价下降的趋势，邓汉兴发现，有了更多选择的年轻人消费也更趋理性。“购买一款面包或蛋糕，他们不仅会上网比价，还会不厌其烦地多跑几家线下门店比价。”这意味着在人工成本、房租、原料价格大幅上涨的当下，面包店需将成本为年轻顾客提供更有“性价比”的选择。

这两年，邓汉兴渐渐找到了转型的路子，他选择加盟“资溪面包”品牌，和众多面包小店店主一起抱团发展。

通过举办“面包文化节”等一系列举措，资溪县逐步吸引乡贤及烘焙行业领军人物返乡创

业，引导产业资源回归，组建资溪面包科技公司，合力打造“资溪面包”品牌。目前，总投资约6亿元的资溪面包中央工厂已建成投产，按照“总部基地+大型冷链物流+门店销售”模式运营，发展直营店和加盟店。

在面包中央工厂，一个个面团经过醒发、烘烤、冷却、脱模、包装和分拣后，凌晨，由冷链配送至门店。资溪面包科技发展股份有限公司副总吴建平介绍，这里一天能生产13万—15万件面包产品，包括成品和半成品，满足半径300公里范围内300—350家门店的产品供应。

资溪面包产业发展办公室负责人曾长华看到了团团的利好：对面粉、鸡蛋、糖、油、奶一类大宗商品集中采购，可以降低采购成本，把研发工作放到大专院校，县校企合作，可以减轻企业负担，统一生产，还能减少人工成本。

转型的过程中，最不舍的是要把自己经营了很多年的品牌和技术团队丢掉。但邓汉兴明白要跟着市场的大环境走，也笃定“合作抱团”更有未来。现在，邓汉兴把分店开到了江西上饶的几个县。县里正在打造的面包“中央厨房”给采购、仓储、研发、生产、配送等提供“解决方案”，这也是企业耗费心力最多的事，没了后顾之忧，他开始腾出手来专心做好管理。

年轻“老店”有秘诀

邱海翔是“面包二代”，十几年前接手了父亲

经营的面包店。如今，这家店成了资溪的老字号，夫妻俩一个销售，一个制作，雇了十几名员工。

每天早上9—10点和下午5—6点，是生意最好的时候，很多人放学、下班后会买上几袋面包回去。一天的营业额有五六千元。

面包原料年年涨，小店售卖的面包始终保持亲民的价格，4元一个三明治、6元一个肉松海苔卷、8元一个培根卷……前几年夫妻俩把隔壁的店面也盘了下来，给面包店扩容。

每天早出晚归做面包，这两个30岁出头的年轻人不觉得辛苦，用周颖的话说，“顾客觉得好吃，从认可你家面包到认可这家店和你这个人”是很有成就感的事。

“爱心面包”一直没有分店，因为担心“管理不好，会影响口碑”。邱海翔会时常外出学习制作时下最流行的烘焙产品，周颖会把各色造型、口味的面包和甜品拍照发朋友圈，“勾起”老顾客们的食欲。

为了更符合年轻人的消费习惯，这家老店也告别了过去散装称重售卖方式，开始使用定制的包装盒和包装袋，按件计价，大件面包和礼盒，可以快递寄给全国各地食客，店里还推出无糖、低糖产品，满足小众需求。

和所有正在创业的年轻人一样，细水长流的日子，夫妻俩也有自己的“雄心”——把面包小店经营成“百年老店”。

小店不打烊 青春不散场

□ 胡宁

春节假期，回乡过年的你最想念家乡的什么？是中学门口的奶茶店和炸串摊子，还是家门口那家开了20多年的小卖铺？

一家小店，承载了一个地方的生活气息，也在不经意间构成了我们生命和记忆的一部分。

而它的意义远不止于此。

1980年，从事组扣生意的章华妹从浙江省温州市工商行政管理局领到了第一张工商执照。那一年，成为个体工商户还是新潮事。而截至2023年年底，全国登记在册个体工商户已达1.24亿户，占经营主体总量的67.4%，支撑了近3亿人就业。小店经济构成了国民经济的“毛细血管”，单体体量可能不大，创造的经济价值也没有那么令人震撼，但血管通畅了，血液循环了，“烟火气”带来的“幸福感”和活力才能传递给更多的人。

2023年，中国青年报发起“了不起的青春小店”寻访调研，调研组探访了全国60多个城市数百家青春小店，也走进了这些年轻人充满故事和创造力的人生。

我们看到，有人选择离开大城市，回到故乡打开新的天地。过去在婚纱城做客服的00后女孩回到老家安徽省六安市丁集镇，在婚纱特色小镇创设了自己的企业，让大别山革命老区焕发新的浪漫。1997年出生的赵子柒回到家乡云南的风羽古镇，把自家老宅改造成成了一个乡村清吧，吸引越来越多的游客和当地年轻人来这里聚会。他曾告诉记者：“以前，我心中的诗和远方就是走出大山，现在我发现，真正的远方就在故乡。”

也有人选择留在城市，在城市开辟新的创业空间，国货“潮品”、传统文化的青年化诠释为很多年轻人提供了新的发展机会。他们有人开起了汉服体验馆；有人把冰激凌放进精心设计的竹筒里，连店员都身着古色古香的汉服；有人从非遗传承人那里学到了技艺，将当地的朱古拉咖啡文化用新的传播手段发扬光大。还有人在社区里创业，街道空置的房间变成了“个体创业空间”，个体工商户进驻社区更规范便捷地从事居民生活服务业。

我们看到，老品牌在青年的手中迎来了新的春天，而无关系地域，无关城市乡村，在中国最北端，冰天雪地里的特产也能成为小店的“金山银山”。

年轻人思维活跃、敢想敢为，加之他们对新技术手段的敏感，让小店也个性鲜明，活力满满。他们一路披荆斩棘，在创设小店的过程中，不仅发现更好的自己，也感受到自己和社会的脉搏如何同频共振，感受到他们的成长所能迸发出的力量——培育壮大新型消费，促进就业，都离不开小店经济的蓬勃发展。

2023年，全国新设个体工商户2258.2万户。小店的美好也不能掩盖市场竞争的激烈和市场规律的冷静。如何让这些一腔热血的年轻人，在小店里实现持久的人生价值和社会价值，近年来，国家也出台了多项措施，希望年轻人的步子迈得稳，也迈得大胆。

故乡小店、网红糕点、街头便利店是我们生活中的一部分，是城市里的烟火气，是乡村里的老味道，也是无数年轻人创业就业的起点支点……

过年了，我们的年味儿离不开这些身边的小店，不妨推开门去看看，感受那不打烊的小店，和它背后那蓬勃的青春。



在无锡市人民医院职工食堂，马旭在制作拉面，不少人在排队等候拉面出锅。
中青报·中青网记者 李超/摄

中青报·中青网记者 李超
实习生 曹伟

“我要二细的面”“我要宽面”“我的那份煮烂一些”……

2月3日中午11点，无锡市人民医院职工食堂二楼一间不到15平方米的档口开始排队

长队。青葱、香菜、油辣子和大片牛肉已经摆好。不锈钢大锅里，牛肉汤热气腾腾。

1996年出生的马旭来自青海省海东市化隆回族自治县。他从拉面机里取出大面团，挤一些清油涂抹在表面，案板上均匀撒上面粉，把大面团揉搓成一个一个小面剂子。妻子马丽萍在旁边切葱、香菜和白萝卜。

一团面剂子经过揉搓拉，仅需20多秒，不同粗细的拉面就被“拉”了出来。马旭利索地把拉面丢入开水锅中。马丽萍站在锅前，用一副长竹筷，拨弄几下面条，1分钟左右拉面就煮好捞出了锅。

“我们医院拉面的牛肉片更大更厚，有10多片。”医院的一名职工告诉记者，拉面味道很好，价格也不贵，他一周一要吃上3—4次。

其实，这家名叫“海东拉面”的档口背后还有故事。海东市，地处中国第一大咸水湖青

海湖的东面，总面积大约是无锡的3倍。2016年起，海东、无锡这两座相隔千里的城市开始结对共建。

海东的特产是面条。2012年，考古人员在位于青海省海东市民和回族土族自治县的喇家遗址发现了4000年前的面条，这也是迄今为止发现的世界上最古老的面条。

一团面剂子经过揉搓拉，仅需20多秒，不同粗细的拉面就被“拉”了出来。马旭利索地把拉面丢入开水锅中。马丽萍站在锅前，用一副长竹筷，拨弄几下面条，1分钟左右拉面就煮好捞出了锅。

海东市人民政府网站的信息显示，海东籍群众开办的拉面店达2.77万家，约占海东市劳务输出总人数的一半，拉面产业经营性收入和从业人员工资性收入约占海东市劳务收入的三

很快小油坊就重新开业了。

李赛告诉中青报·中青网记者，这家油坊是自己7岁时，父母创办的。小时候，他经常帮着父母在油坊干活。“油坊工作比较累，又到处油乎乎的，我之前没想过要接手父母的事业。”

初中毕业后，李赛先去涿州市一家汽修厂学了两年修车。小柳村紧邻涿州影视城，村里很多人在影视城打工。后来，他又在村里小伙伴的带领下，进入了影视行业。

“我们跟着剧组跑，去过北京、浙江、宁夏、山东好多地方。”李赛说，他主要从事影视置景和道具工作，偶尔也当一下群众演员。

李赛坦言，跟着剧组在全国各地跑虽然开阔了视野，长了不少见识，但随着年龄增长，始终有一种漂泊的感觉，而他想稳定下来。

2019年，他回老家结婚，发现年迈的父母在油坊工作越来越吃力，就想着留下来帮助父母。当年，李赛正式接手了父母的油坊。

“我当时就想要把油坊做大做强，但由于资金不足，一直没有团队支持，好多想法一直实现不了。”他说。

洪涝灾害过后，小柳村党支部书记李玉城一直在思索村子灾后重建的发展方向。这个



李赛在油坊店里忙碌着。
中青报·中青网记者 朱洪园/摄

85后小伙子认为，小柳村要想越来越好，一定要发挥固有优势，壮大集体经济。

“我们村的沙土地特别适合种植花生，我们小时候大片的土地都种植花生。”他说，但是近年来，年轻人去大城市打工的越来越多，种地的越来越少。

他想着，把村民的土地都流转到村里的农业合作社，然后实现花生种植、加工、销售一条龙。李玉城找到李赛，两个人一拍即合。说干就干，他们又在村里找了5个股东投钱，其他村民以土地入股的形式参与分红。

“春节过后，我们就要开工。”李赛说，他正在学习网络直播带货，想通过互联网把产品卖到全国各地，同时带动村民们增收致富。

食堂开设拉面窗口的意向。经过论证和考察，锡山区决定通过政府补贴模式，给来政府食堂开拉面窗口的人员发放工资。

当时确定了运作模式，由海东市化隆县负责招聘两名拉面从业人员，派驻到锡山区政府机关食堂工作，日常管理由化隆县驻锡山区拉面经济服务中心和锡山区机关事务管理服务中心共同负责。

随后，马林通过化隆县拉面产业服务中心，在化隆县建档立卡贫困户中筛选出身体健康、责任心强、且有丰富经验的包选买夫妇，派到锡山区政府机关食堂当拉面师傅。

起初，当马林宣传这一政策时，许多村民还半信半疑。后来，当地村民看到，包选买接下了机关食堂的档口，他的两个孩子也在无锡入学。

马林介绍，这些拉面档口，夫妻俩每年收入大约15万元，工资月结。相比开拉面店工作量不大，关键是政府出资，收入稳定。

2023年6月，马林找到赋闲在家的马旭，把他推荐到无锡市人民医院的职工食堂。“到了无锡后，我工作稳定，作息也很规律。”马旭的想法是过几年，再去开店闯荡。他说开店虽然有风险，但自己还年轻，还是要多打拼。

拉面档口的“锡海情歌”

分之二。

2020年，海东17.57万贫困人口全部脱贫，其中，7.26万贫困人口通过拉面产业实现稳定脱贫，占海东市脱贫人口的41.3%，产业收入在农民人均纯收入中的比重由2000年的20%增长到如今的50%以上。

2018年年底，化隆县驻无锡市拉面经济服务中心主任马林，向时任化隆县县长提议：在无锡各级政府部门开设档口推广海东拉面。马林告诉中青报·中青网记者，这样既能解决一些本地困难户的就业，也是东西部协作的一个亮点。

像无锡市人民医院这样的“夫妻档”拉面窗口，在无锡共有7个，分布在当地政府、医院、国企宾馆中。

最早的一家食堂拉面档口开设在无锡市锡山区政府机关食堂。2019年3月初，在锡山区和化隆县第五次联席会议上，达成在锡山区政府机关