



### □ 从“性价比”到“心性价比”

去年“五一”假期,在山西鹳雀楼景区,一场由年轻人主导的“诗启盛唐·鹳雀寻踪”沉浸式国风剧本游,让这座千年名楼成为无数人心中的诗意圣地,5天吸引游客6.6万人次参与,景区门票同比增长57.69%。游客不再只是拍照打卡,而是化身“盛唐使者”,与“王之涣”“杨贵妃”“柳宗元”“王维”等历史名人NPC(由真人扮演的各种角色)对诗、习礼。00后大学生黄琳说:“这不是传统旅游,而是一场大型真人RPG(角色扮演游戏)。”

现如今,类似的新玩法在全国遍地开花:杭州的“西湖实景解谜”,将诗词文化与AR技术结合,参与者通过手机解锁隐藏剧情;重庆的“8D魔幻城市探险”,吸引年轻人组团在洪崖洞、李子坝等网红地标完成光影互动任务;长沙的“文和友怀旧电竞馆”,让游客在复古街机厅里体验80

年代游戏的同时品尝小龙虾;石家庄正定的“游古城、着汉服”,漫步古城随处可见身着汉服的年轻人,他们精致的妆容与古色古香的建筑相映成趣,仿佛上演着一场穿越时空的视觉盛宴。

“年轻人要的不是‘观看’,而是‘参与’。”某文旅策划公司负责人表示,“沉浸式体验的客单价是传统景区的3倍以上,复购率超40%。”

这种沉浸式消费不单单体现在文旅,运动社交亦是如此。飞盘、陆冲(陆地冲浪)、腰旗橄榄球等小众运动从一线城市火到县城。在成都麓湖生态城,每天有近百名年轻人参加“落日陆冲局”,滑板摩擦地面的声音和欢笑声交织成独特的乐章。组织者“陆冲阿飞”说:“我们不是商业俱乐部,就是同好社群,但周边装备、教

学、摄影等衍生消费很火爆。”

“年轻人通过运动找圈子,圈子又催生消费。”体育产业分析师李锋指出,“这种基于兴趣的‘同好经济’,黏性高、传播快,正在重构传统体育消费模式。”

从国潮热、汉服热到盲盒经济、谷子经济,从懒人经济、新式茶饮到疗愈经济、户外生活,无论是为高品质生活付费,还是为兴趣爱好买单,抑或是出于民族自信而支持国产品牌,其消费行为愈加个性化、体验化和社交化。从“打卡式消费”到“深度参与”,从“物质满足”到“精神共鸣”,这些新的消费趋势无不折射出青年群体对市场风向的改变。这股“青春经济”的浪潮,既是当代年轻人生活方式的“青春态”,也极大激活了假日市场,更预示着未来商业发展新业态、新模式的“无限可能”。

### □ 从“消费者”到“产消者”

作为“数字原住民”,青年群体天然亲近新技术、新平台、新模式,成为数字经济、智能经济、创意经济的生力军。他们中不少人不满足于做消费者,而是成为“产消者”。

打开小红书搜索“无锡咖啡店”,“隐藏”在柴机新村弄堂里的“半两·浮生”咖啡书店,当属“顶流网红”,被网友称为“藏在市中心的森林咖啡”。有外地青年特地为店里的一扇落地窗来“打卡”,更有“小仙女”整理出最佳拍摄机位,提醒来拍照的姐妹“可以穿得森系一点”……

上海市人大代表邬斌直言,青春小店创业者平均年龄为28.1岁,呈现出明显的年轻化趋势,具有较强的创新能力,更加注重消费场景创新和青年圈层文化表达。青春小店业态更为创新、形式更为多元,涵盖餐饮、文创、宠物、潮玩、创意体验等各领域,且经常融合跨界元素,打破传统行业界限。有些青春小店采用复合型经营模式,如买手集合店横跨服饰、香氛、家居等多品类,主题书店集成读书会活动、咖啡吧等多种服务业态,吸引大量青年群体消费。

作为社交属性拉满和沉浸式乐趣无限的存在,青年市集是聚集年轻人的一块阵地。结合了当地特色的青年市集,不仅为年轻人提供了全新的互动体验和新奇的创意商品,也让青年对一座城市有了更强烈的归属感。

每逢假期,各大城市的青年市集成为创意聚集地。浙江省绍兴市喊话全市青年,卸下朝九晚六的疲惫感,一起相约“越青市集”,体验非遗与青年文创的融合,尽情感受星空露营和乡野音乐会。类似的青年市集在全国范围内如雨后春笋般涌现。这些市集涵盖了文创手作、非遗体验、科技互动、生活美学等多个领域,青年可亲身参与、动手实践,全方位感受中华传统文化的独特魅力。

“市集已超越‘摆摊卖货’,变成文化实验场。”主理人小张介绍,许多摊位其实是年轻设计师的“首秀舞台”,让他们能在测试市场反应后,再决定是否量产。

“当物质需求得到满足后,精神消费便成为新的蓝海。”心理学家张薇分析,“如今的年轻人更愿意为治愈、刺激以及归属感等无形体验付费。”

从短视频内容创作到独立品牌设计,从人工智能应用到绿色科技研发,无数青年创业者将奇思妙想转化为新兴业态。平台经济、共享经济也为青年提供了更加灵活的就业形式,“斜杠青年”、自由职业者规模日益壮大。这种活力不仅创造了新的就业岗位,更催生了新的经济增长点,为经济结构优化升级注入了源源不断地新鲜“血液”。



### □ 从“引流”到“留人”

伴随着青春经济愈加蓬勃和青年文化消费持续走高,青年发展型城市的面貌更加清晰。

青年是经济社会发展的生力军,是城市创新的主力军。城市文化经济的增长和文化消费环境的优化,不断夯实青年城市认同的情感基础。在此过程中,深融合、跨媒介、破圈层已经成为做强城市青春经济、激活文化消费的动力密码,进一步促进青春经济成为各地城市创新发展的新动能。

青春经济是流量经济,是烟火经济,是情绪经济,还应当是可持续的创新型经济。因此,要避免青春经济昙花一现,需持续发掘增长点,不断开辟新蓝海,以青春经济与青年发展型城市的双向赋能和共生发展,为年轻人缔造干事业的热土、日常生活的“减速绿洲”与心灵的诗意图居地。

一位长期做青年现象研究的学者表示:“将青年视为城市发展核心资源,通过‘政策精准度+服务温度+平台广度’组合拳,将短期

‘引流’变为长期‘留人’,可以预见,未来将进一步实现‘全生命周期青年服务’。”

青春经济的发展既要激发青年群体的消费力,也要积极引导年轻人敢想敢闯、敢创敢为,培育青年创业者、扶持“青春小店”,鼓励他们在推动文旅商体旅深度融合方向上创新创业。同时,要在技术、版权、税收、资金等多方面提供政策保障,激发青年经济创造力和文化创新力。

推动青春经济发展,上海正走在前列。上海共青团于2025年3月发布推进青春经济的实施方案。该方案聚焦青年消费习惯、兴趣导向的业态以及创业机会,结合青年岗位建功项目,融入青年中心·青年夜校的建设工作,着力打造青春经济品牌,提高青年参与经济活动的积极性,从而助力全市消费升级与扩容,扎实推动经济社会高质量发展。

全国青年发展型试点城市主动积极布局:广东广州出台青年创

新创业促进条例;山东济南推动青年发展友好型城市促进条例列入地方立法工作计划;浙江温州出台温州市青年发展促进条例,把“发挥青年在推动经济社会高质量发展中的积极作用”写入其中。

与此同时,青春经济也不是年轻人的专属消费,但恰因以年轻人为中心,能够凭借他们对新模式、新业态、新体验的高度热情与自觉探索,释放青春经济的高融合性和强带动力,进而激发银发消费、亲子消费、家庭消费和更多元的跨界消费。

中国社科院研究员黄平指出:

“城市竞争的下半场,是谁能更好地理解年轻人,为他们提供创作、社交、自我实现的舞台。”

当青年发展型城市的青春经济与文化供给得以给年轻人群带来更多新的可“闲逛”的时空体验,他们也将收获更强的文化认同感、地方归属感与生活幸福感。这股“青春经济”浪潮,预示着未来商业的无限可能——在那里,消费不仅是交易,更是生活方式的共创。



(本报综合新华社、经济日报、中国青年报、文汇报、河北日报等)  
图片均为新华社发

## 观点

发展青春经济、推动青年驿站提质增效、提高城市“青春浓度”……上海两会密集的青年话题,彰显了上海积极构建“青年友好型”城市生态的切实努力。青年是社会发展的生力军,打造青年发展型城市,让城市对青年更友好,使青年在城市更有为,必将成为上海核心竞争力的重要标识。

让城市对青年更友好,持续释放城市“青和力”,首先要更“懂”年轻人。对此,不妨从一些日常画面中寻找答案——

鸿寿坊青年夜校灯火通明,白领通过“下班学艺”暂时卸下工作疲惫;陆家嘴“陆上有戏”白领剧社排练厅内,金融青年暂别K线与报表,解锁“B面人生”;上海地铁人民广场站内的灯箱广告上,青年科学家形象占据C位……这些剪影共同勾勒出城市青年的生活图景,他们的多元生活方式与审美趣味,不仅催生了“青春经济”蓬勃生长,驱动城市更新提质与治理精细化,更持续涵养着城市与青年双向奔赴的时代画卷。

上海是一座充满活力的追梦之城,年轻人可以在此找到向下扎根的土壤、打开向上生长的空间。自2023年起,“青年发展型城市建设”连续被写入市政府工作报告。2025年《中国城市人才吸引力排名》显示,上海人才净流入占比排名全国第一。

青年因城市而聚,城市因青年而兴。青年选择一座城市,是对其生活品质、发展空间与情感归属的综合考量。面向“十五五”,使青年在城市更有为,需要以青年视角规划城市发展。

解决安居难题,助青年扎根。安居是乐业的根基,更是城市留住人才、积蓄产业发展后劲的关键支撑。一方面,城市要聚焦产业园区、科创集聚区等青年就业密集区域,加快保障性住房、青年社区等载体的供给,让青年“住得起”“住得安心”;另一方面,要规划24小时“年轻力”单元,持续营造青年友好空间,满足多元需求,让青年“住得好”“住得幸福”。

搭建乐业舞台,使青年成长。青年选择一座城市,本质上是“押注”未来。城市的产业规划要有“未来感”,瞄准新领域新赛道,布局“年轻的事事业”“年轻人的事业”。我们有“上下楼即上下游”的模力社区,还要搭建更多图书馆里出策划、梧桐树下写代码、老洋房里搞科研、咖啡馆内开展会的青春场景。与此同时,城市要具备“不设限”的胸怀。随着UP主、电竞运营师等新职业不断涌现,能否接纳、如何赋能“非典型”成长路径,考验着制度和治理的前瞻性与颗粒度。

营造文化生态,让青年充实。青年对城市的归属感,始于柴米油盐的便利,终于精神世界的丰盈。要精心培育各类“年轻态”文化场景,推动高品质音乐节、艺术展、戏剧演出、体育赛事落地,让城市充满青春气息;同时,鼓励青年社群、兴趣组织发展,让志同道合的青年找到归属感。

马克思曾指出:“时间实际上是人的积极存在,它不仅是人的生命尺度,而且是人的发展的空间。”上海如何更好吸引年轻人、留住年轻人、成就年轻人,答案就在于能否精准优化青年生命的每一帧体验。这要求将“青年的全面发展”更深层次地嵌入城市内涵式发展的年轮,让青年成为城市最富创造力的“合伙人”。

# 让青年成为城市最富创造力的『合伙人』

陈瑜