

青春当燃

燕赵新潮

2026年“五一”假期,石家庄“织音1953”文化艺术园区内,动感的音乐与欢呼声几乎要掀翻老厂房的屋顶。第二届HBD河北国际街舞大赛在这里举行,年轻舞者们在节拍中翻滚、旋转,台下观众挥舞双手,喝彩声一浪高过一浪。而在保定的西大街,清晨的老字号驴肉火烧店前排起长队,几步之遥的咖啡馆里,一款“驴火拿铁”成为热销单品。这些充满活力的画面,正是2026年中国青年消费浪潮在河北的生动切片——传统与潮流碰撞,体验与情感交织,一股强劲的“青春经济”新动能正在这里澎湃涌动。

人们在石家庄市原第一棉纺织厂、第三棉纺织厂改造而成的织音1953文化艺术园区内休闲散步。

游客在位于唐山市的启新225文化创意产业园内

从“买商品”到“买感受”,青年消费图景深刻重构

“以前‘双11’囤的是衣服、化妆品,现在购物车里全是音乐节门票、滑雪票和‘沉浸式戏剧’的早鸟票。”在石家庄某互联网公司工作的“95后”李薇说,她和朋友的消费重心已完全转向“为经历付费”。她的感受精准呼应了趋势。中国中小商业企业协会和立信数据研究院2026年一季度发布的报告显示,34岁及以下青年消费者消费意愿指数为127.9,已连续三个季度回升,青年群体正成为引领此轮消费温和复苏的主力军。

这股风潮催生了诸多新业态。在河北博物院,以“长信宫灯”等镇馆之宝为灵感设计的文创包挂,经常一上架就被抢购一空。“它不只是一个挂件,更像是一个文化符号,背出去有种‘懂我’的认同感。”一位购买者说。而在保定的西大街,“驴火”(驴肉火烧)早已超越食物本身,衍生出驴形火烧、驴奶冰激凌、驴奶茶乃至毛绒玩偶,成为年轻人奔赴打卡的“顶流”美食和文化符号。

“青年消费的核心驱动力,已经从物质占有转向精神满足和社交资本积累。”河北经贸大学经济学院副教授李涛分析道,聚焦消费升级趋势,需要创新培育数字赋能、商旅文体融合等新型消费载体。有关专家指出,消费市场中,一股强劲的青春力量正在升温,青年人不仅关注性价比,更加重视“心价比”,以

消费牵引价值链向多层次、更高端跃迁。

青春经济的浪潮,不仅重塑了空间,更催生了无数细分市场的新消费赛道,在燕赵大地呈现出百花齐放的姿态。

国潮当道,文化自信成为消费内核。2026年新春,蕴含中式美学的国潮服饰持续走俏。京东消费及产业发展研究院数据显示,一季度以汉服、新中式服装为代表的国风国潮成交额迅猛增长,其中女装汉服成交额同比增速高达455%。这不仅是在穿搭风尚,更是年轻一代文化认同与情感表达的载体。有专家认为,国潮已从简单的元素叠加,演进为深度融合传统文化与现代创意的消费新形态。在河北,将非遗技艺创新化后放入盲盒的“印冀文创”,正是这一趋势的生动实践。

情绪消费,为“好心情”买单成为刚需。年轻人正在将消费作为重要的情绪调节与自我关怀方式。满足情绪价值的消费覆盖实物、体验、社交、数字等多个赛道,成为拉动增长的新引擎。在河北,这种“悦己经济”同样活跃。从石家庄湾里庙步行街上吸引年轻人驻足的热门IP潮玩店,到藏身于大街小巷、被年轻人视为“情绪解压铺”的各类特色新潮小店,消费行为背后是寻求共鸣、释放压力、彰显态度的深层心理需求。

河北“场景革命”:当工业遗存遇见“松弛感”

如何承接并引导这股青春力量?河北给出的答案之一是“场景革命”。

在石家庄,始建于1953年的棉纺厂旧址蜕变为“织音1953”文创园。运营负责人介绍,他们保留了工业骨架,注入了小型剧场、艺术展厅、设计师工作室和潮流餐饮等新业态。“我们卖的不仅是空间,更是一种融合了历史记忆与当代生活美学的复合体验。”2026年“五一”期间,园区举办的第二届青年文化艺术周,单日峰值客流量近7万人次,总销售额超550万元。今年2月,河北省商务厅等部门新认定了12个多业态融合典型消费场景,“织音1953”位列其中。

场景的营造从城市延伸至乡村。驱车驶入石家庄井陘县的南横口村,一家名为“财神Coffee研磨局”的乡村咖啡馆坐落在古朴的窑洞旁。主理人李丹介绍,咖啡店旺季日客流量超过3000人次,其中超八成顾客是二三十岁的年轻人,“不少顾客与其说是来喝咖啡的,不如说是来拍照

打卡的,他们喜欢的是这个场景带来的情绪价值和松弛感体验。”这种将都市消费习惯与乡村自然风貌巧妙嫁接的“村咖”,正在河北多地涌现,成为吸引年轻人下乡消费、助力乡村振兴的新触点。

租赁盛行,“轻资产”体验生活成风尚。“万物皆可租”已从概念融入日常。从汉服旅拍、相机无人机到露营装备,租赁消费在年轻群体中广泛流行,“不为占有、只为享用”的理念持续迸发活力。在河北,正定古城的汉服租赁、滹沱河畔的自行车租赁,正是这一全国性趋势的缩影,它降低了高品质体验的门槛,让年轻人得以更灵活、低成本地探索多元生活方式。

这股由青年驱动的创新活力,在河北各市以不同形态涌现。在唐山,由启新水泥厂工业遗址改造的“启新1889文化创意产业园”,在2026年推出了全新的“工业风”夜游项目,将硬核的工业记忆转化为可体验、可消费的文化产品。在邯郸,以“成语典故之都”为IP打造的“成语小镇”沉浸式主题街区,通过AR互动让静态文化“活”了起来,变成了可参与、可分享的社交货币。

从四川将“青春经济”首次写入省级政府工作报告,到全国多地竞相推出创新举措,一场关乎未来城市活力的全新竞赛全面展开。河北的实践,是这场宏大叙事中的生动篇章;而赢得未来的关键,在于能否真正读懂青年、融入青年、与青年共创。

青春经济的本质,是一场深刻的价值重构。年轻人用消费投票,投给的是情感共鸣、文化认同与自我实现。上海将百年弄弄与时尚美学相融合,重庆把独特地形转化为充满奇趣的社交空间,其成功秘诀在于提供了金钱无法衡量的情绪价值与身份认同。洛阳让应天门、盖碗咖啡与青年创业故事交织,使厚重历史变为可参与的“社交货币”。

这对河北的启示在于,空间与产业的更新,必须超越物理改造,植入能与青年深度对话的精神内核。

滑雪爱好者在石家庄市“热雪奇迹”滑雪场滑雪。

赛事点燃城市,“政策包”培育生态

除了静态的场景,动态的赛事活动成为河北引爆青年消费的又一“流量引擎”。2026年,河北省体育局明确提出聚焦高等级、户外、青少年、群众性四类重点赛事,高质量发展赛事经济。数据显示,仅2026年1至3月,全省共举办各类体育赛事活动1513场,吸引参赛人员和观众327.3万人,综合带动消费73.1亿元,同比增长高达70%。一场马拉松带火一条赛道周边的民宿和餐馆;一场冰雪赛事激活整个冬季旅游市场。“赛事经济”的乘数效应日益凸显。

青春经济的核心驱动力,归根结底是“人”。年轻人不仅是活跃的消费者,更是充满创意的“产消者”和城市活力的创造者。专家分析认为,作为“数字原住民”的青年群体,正成为数字经济、智能经济、创意经济的生力军。

在河北,一批青年主理人、小店创业者正在成为消费新场景的塑造者。从秦皇岛的“脸红秦田田”到沧州的“总杆”,这些深耕本土的茶饮品牌,用一杯杯有情绪、有故事的产品,在激烈市场中找到了自己的位置。还有借助“拼豆”手工热潮,在商圈、公寓成功创业的“90后”“00后”店主,他们如同毛细血管般将多元、新潮的产品与服务送达街头巷尾。

在沧州,2026年当地商务部门联合平台推出了“青春沧州·食刻有趣”数字消费季,通过发放消费券、打造美食地图等方式,直接赋能本地青年创业者。在衡水,依托衡水湖生态优势举办的首届“衡水湖星空露营节”,融合湖畔音乐会、户外运动与文创市集,塑造了城市年轻、活力的新形象。这些充满个性的“青春小店”与创新场景,共同构成了河北城市最鲜活的商业肌理和温暖底色,见证着城市与青年深刻的“双向奔赴”。

面对青年消费的新趋势,京津冀三地的政策供给也在协同发力。2026年4月,第四届京津冀“城市年轻力创造者大会”在天津举办,三地青年创业者、小店主理人等共聚一堂,探讨如何让青春与城市发展“双向奔赴”。天津市和平区相关负责人表示,天津五大道海棠花节成为城市文旅名片,让春日花海转化为消费热潮。

在河北,政策支持更侧重于夯实基础、营造环境。2026年5月,石家庄市正式启动夜经济建设,重点培育滹沱河生态艺术岛、织音1953文化艺术园区、古棠水镇等一批市级夜经济标杆场景。河北省于2024年出台的《促进服务消费高质量发展三年行动方案》等政策,也围绕餐饮、文化、旅游、体育等十大领域,打造多业态融合消费场景。



游客在秦皇岛市海港区秦皇小巷观看舞蹈演出。

理性与热情并存,未来向何处去?

尽管愿意为兴趣和体验一掷千金,但当代青年的消费并非无度。据京东消费及产业发展研究院的数据显示,青年消费在潮流玩具、数码产品、营养保健三大领域呈现出下沉市场主导、情绪价值与实用价值并重的鲜明特征。县域青年的购买力令人瞩目,无论是智能手表、微单相机,还是潮流盲盒,他们的消费潜力正在快速释放。同时,年轻人也普遍超越了盲目跟风阶段,“可以买贵的,但不能买贵的”成为共识。

“消费结构正从‘生存型’向‘发展型’跃迁,消费者对品质化、个性化、体验化的需求激增。”中国商业经济学会党组书记刘建湖在分析消费转型升级时指出。而多家机构预测,2026年消费市场将迎来情绪消费、体验消费、绿色消费齐头并进的三大趋势,消费者正变得比以往更加成熟和理性,他们不再满足于商品本身,而是追求情绪共鸣、身份认同与生活解决方案。

央视市场研究(CTR)联合哔哩哔哩发布的《2026年轻人消费趋势报告》用“智性沸腾”概括这一代年轻人:他们以清醒的认知和充沛的情感,通过消费为自我认同的价值投票,构建起以“赛博合拍”“反骨共创”和“安顿自我”为核心的全新消费图景。

展望未来,赢得年轻人的关键,在于供给侧的深刻变革。“城市和商家要想赢得年轻人,必须从简单的商品提供者,转变为美好生活的提案者和情感价值的共创者。”中国商业经济学会副会长宋向清表示。对于正处于转型升级关键期的河北而言,读懂并拥抱这场青春的消费变革,不仅是提振经济的重要抓手,更是提升城市活力、赢得未来竞争力的关键一步。

当老厂房里响起青春的鼓点,当工业遗存变身潮流与传统的交汇场,当乡村咖啡馆飘出拿铁的香气与年轻人的笑语,我们看到的不仅是客流与销售额的攀升,更是一座城市、一个省份的文化生态与经济活力正在发生的深刻蜕变。青春经济,正以其不可阻挡的创造力与生命力,在燕赵大地上书写着关于现在与未来的精彩篇章。

观点

服务“青”心 方得青春

青春经济天然具有融合属性,需要打破传统的管理藩篱。未来的竞争,是生态的竞争。河北可深化“赛事经济”等成功模式,推动文体活动、商业空间、科技应用与青年社群的深度绑定,打造一系列有影响力的年度文化IP。

全国范围内的青春经济竞速,已进入深化生态培育、塑造城市品格的新阶段。对河北而言,深厚的产业基础、独特的文化资源与京津冀的协同优势,构成了独特的竞争力。未来的发力点,在于“深”与“融”:深度挖掘本土文化的现当代叙事,创造具有河北印记的青春标识;深度融合创新链与产业链,让青年的创造力切实赋能高质量发展。当真诚的服务意识、肥沃的文化土壤与无数青年的梦想同频共振,我们所收获的,将不仅是消费市场的增长,更是一个充满创新活力、面向未来的青春河北。

(雪松)

(本报综合自河北日报、长城新媒体、人民日报、经济日报、新华社等)
(本版图片均来自新华社)