

4.3 万亿元青春经济背后的上海实践：

青春经济不是赚快钱，把青春流量化为长效增量

在Z世代成为消费主力的当下，青春经济正成为激活消费潜力、助力城市发展的重要引擎。2024 年，上海地区生产总值突破 5.39 万亿元，第三产业增加值占地区生产总值的比重为 78.2%，其中青年主导的新兴消费领域贡献显著。

青春经济成为上海经济发展的一张亮丽名片，然而，背后仍面临着业态同质化、资源分配不均、可持续性不足等挑战。未来，将如何在政策精准度、业态独特性、资源整合力上持续突破，将青春流量转化为高质量发展的长效增量？上海青年正在书写属于申城特有的答卷。

青年报记者 蔡娴

从流量迈向价值
青春小店如何破局？



“上咖”咖啡店。



在 228 街坊，“上咖”咖啡店主理人陈佳妮的困境一目了然——原创的“国风特调”咖啡因缺乏曝光，热度一直不如国外的咖啡品牌……团杨浦区委通过前期调研发现，杨浦区类似的一些青春小店普遍面临品牌辨识度低、资源获取难、创新成本高三大痛点。如何破局？团杨浦区委通过“探潮”计划给出了创新答案。

团杨浦区委以“高校+社区+企业”联动模式，汇聚非遗文创、国漫周边、国民咖啡等多元业态，更新打造“一店一特色”的“青春市集矩阵”。陈佳妮告诉记者，“上海牌咖啡”率先加入了“探潮”计划中的国潮青年“文化圈”。在 3 月举办的全市“青春小店·探潮”活动中，“上咖”咖啡店积极加入了杨浦“国潮青年传薪社”，陈佳妮也成为了一名“探潮人”。

陈佳妮介绍，“上海牌咖啡”其实是一个有着悠久历史的老字号品牌，但由于其间有所断档，可能让大家忽略了它的存在，在团区委的帮助下，我们参加了不少主题集市等丰富的活动，让更多的年轻人认识我们，推动了我们青年群体中的知名度。”陈佳妮

表示，“上咖”入驻 228 街坊近两年，今年的销售额有显著提升，“咖啡店也会通过举行一些邻里活动，比如咖啡课程、痛卡文化、慈善拍卖等，以此吸引更多周边的居民走进来、坐下来，这些都帮助我们提升了客流量。”

后续，小店还将继续加入“探潮”计划中“古次元文化街”的打造，推出国潮限定咖啡盲盒，让消费者“开盒即见城市记忆”，以此加深广大青年对上海老字号品牌历史、文化及价值理念的理解，增强文化认同感。“我们会根据现有的一些消费反馈和消费数据进行分析，来改进产品线，除了食品方面，我们也在逐步推出包括香薰、挂件等文创产品。”陈佳妮表示，团杨浦区委一直在关注小店的发展情况，除了保持密切的交流，她也常常能收到一些实用的建议，“比如，根据年轻人的消费偏好，团区委建议我们可以根据二次元文化来打造 IP 产品。目前，我们正在计划结合次元文化和谷子经济，通过团区委联动区域内的相关企业进行合作。”

“‘探潮’计划让我们从‘怀旧符号’变成‘潮流 ICON’。”这段时间，陈佳妮发现，小店也凭借“探潮”计划的创意活动得到了

更多的关注度，并带动线下门店销量环比增长，成为“老字号焕新”的现象级案例。团杨浦区委相关负责人表示，“老字号焕新”的核心，在于用青年语言重构文化价值——当一杯咖啡成为连接历史与潮流的媒介，“流量”便自然转化为“留量”。

记者了解到，除了帮助青春小店从“流量洼地”向“创新高地”发展，团杨浦区委还积极联动多部门，发挥青春助企服务团作用，为青春小店提供了坚实保障。据团杨浦区委介绍，他们通过凝聚各基层团组织力量，建立协同工作机制，深化公安与司法系统“法治讲师团”“法护‘企’航”等品牌建设，聚焦青春小店高频法律需求，常态化开展法治体检、知识产权保护及合规经营指导。依托税务“税立方·青春助企服务团”精准推送优惠政策，做好政策争取、指导协调和资源调配。

“青春经济不是‘赚快钱’，而是用青年创造力重构商业生态。”团杨浦区委相关负责人表示，下一步，“探潮”计划将深化与百联 ZX、哔哩哔哩等的合作，推出“元宇宙市集”“AI 设计工坊”等新场景，让更多青春小店从“流量入口”迈向“价值高地”。



鸿寿坊青年夜校。

本版均为受访者供图

创新模式与发展探索
青年夜校成激活青春经济“新引擎”

如今，火热出圈的青年夜校不仅仅是年轻人追求自我提升和丰富夜生活的新选择，同时，也成为了激活青春经济的新引擎。团普陀区委在商业型青年中心的基础上，根据各点位特色引入青年夜校课程，让青年夜校成为了连接青年群体与城市经济的创新纽带。

前不久，位于 TOP 中央公园的普陀冰上运动中心（国金体育）青年中心为新一期的青年夜校增设了壁球课，受到了空前的欢迎。“壁球课程以公益价推出，价格仅为市场价的一半，且由专业教练指导，小班化教学，确保每个学员都能获得充分的指导。因此，报名情况非常火爆，开设了 6 个班级，创下了历史新高。”普陀

冰上运动中心（国金体育）负责人袁晟凯介绍，作为一家商业型青年中心，国金体育已成功举办了多期青年夜校活动，不仅吸引了大量青年参与，还通过青年夜校为青春经济引流，吸引了部分学员成为这里的消费客群。

同时，团区委也与国金体育形成了良好的双向支持关系。国金体育凭借自身场地和教练的专业性，结合团区委搭建的平台，弥补了客流量等方面的短板，将自身特色展示给更多年轻人。袁晟凯告诉记者，这些课程不仅满足了青年的运动需求，还因其较强的社交属性，促进了青年之间的交流。“学员们在课程结束后，常常自发组织小型聚会或其他活动，形成了活跃的青年

社群。”袁晟凯表示。

在不同场地，青年夜校发挥着不同作用。在鸿寿坊青年中心，这个由老式里弄改造的新型商业体，拥有众多办公楼。通过马利美育等青年夜校课程的开展，不仅带动了办公楼内白领“下班学艺”，同时，促进了区域消费，也缓解了楼宇经济夜晚人气不足的问题。在首次开课的创享塔青年中心，中医养生成为了热门课程，未来还将融入搏击操、瑜伽等运动课程，为青年提供一个动静结合的学习平台。而在创享塔青年中心的周边，也聚集了不少青春小店。

长寿路街道团工委干事何婷告诉记者，青年夜校正成为长寿路街道推动青春经济发展的

重要抓手。通过鸿寿坊、创享塔轮流布局实现整体引流。此外，夜校采用“低成本教育+高附加值体验”的模式，将学习场景转化为消费场景。例如，在创享塔，课程结束后，学员可直接前往周边餐饮娱乐场所，延长夜间消费时间，间接拉动青春小店的经济活力。

记者了解到，目前，团普陀区委采用了“1+1+1”的合作模式，即团区委牵头协调、街道团工委落实执行、社会组织提供专业力量。这种模式已在 4 家商业型青年中心合作推行。未来，团普陀区委也计划将这一模式推广至普陀区每个街镇，形成青年夜校、青年中心与青春经济“三合一”的发展模式。



国金体育青年夜校。



以“趣”打卡让小店“出圈”
与青春经济共绘古镇青年发展

在沪郊金山的郊野田园和青砖黛瓦间，一家家由 90 后、00 后主理的特色青春小店正焕发着勃勃生机。不过，在众多竞争者中，郊区青春小店的品牌知名度往往较低，难以吸引大量顾客。且小店普遍缺少线上营销、触网引流的数字营销能力，难以在数字化时代有效推广自己，吸引顾客。

那么，如何结合本地特色和青年特点来挖掘消费热点，为青年提供更多新颖、有趣的消费选择，从而激发青年的消费欲望呢？最近，团金山区委通过多项创新举措，精准帮扶区内的各类青春小店，开拓渠道让更多人能听到属于他们的青春故事。

百年历史老宅里的摩登文艺咖啡馆、融合非遗与匠心的国风配饰店、符合年轻人喜好的创意潮流空间……一张青春小店 City Walk 线路图串联起枫泾古镇内的 10 家特色店铺，涵盖传统文化、文创等多元业态，形成近 1 个半小时的徒步路程，吸引越来越多青年游客走进枫泾。在“慢生活”中邂逅“新潮感”，于古朴与时尚交融中，感受古镇焕发的别样活力。在前不久团市委发布的七条上海“青春小店·探潮”计划 City Walk 打卡线路中，这条围绕枫泾古镇设计的线路凭借深厚的江南水乡底蕴与新兴“青春小店”业态成功入选，这也是金山区唯一入选的线路。

“特意选在枫泾古镇设计线路，就是看准了乐高乐园的‘网红效应’，让更多年轻人来打卡的同时，也能用青春力量助推地方经济。”团金山区委相关负责

人表示，“未来，我们还会围绕更多青春小店开展调研和交流活动，用心用情为青春经济发展赋能助力。”

沿着线路图一路打卡探访，可以看到古镇内小桥流水惬意悠然，沿街小店各具特色。趁着清明假期，来自上海中侨职业技术大学的陈紫悦作为金山团青的青春推介官来到古镇内探店，她一边游览打卡，一边当模特进行短视频拍摄，记录了许多有趣的画面。记者从团金山区委了解到，今年年初，“乐游湾区·青春推介官”招募计划启动，从在校大学生和金山各界青年中召集了一批热衷文旅探店的年轻人作为青春经济赋能。发挥新媒体青年在城市体验、城市推广、城市宣传方面的青春优势，运用新媒体平台，录制推广一系列“探企”“探店”“探谷子”等短视频或笔记，推介各类青春小店，努力推动小店在网上“走红”“出圈”。

陈紫悦来到一家由四位 90 后与 00 后女生合伙开的国风配饰店——“翎渊渟”，她的目光被店内陈列着非遗绒花、发簪等独具匠心的手工艺品深深吸引，她便在镜头前戴起了绒花发簪，向大家展示国风饰品的传统之美……“我们不仅要发现者，更要当推介人，我自己就很喜欢这些国风首饰，也喜欢自己拍点美照，打卡的同时能够帮助小店引流，感觉很有意义。”陈紫悦表示。

作为“翎渊渟”的主理人之一，褚晓静是枫泾本地人，对古镇有着深厚的情感，希望通过自己的产品让更多人了解和喜爱



金山青春小店 City Walk 线路。



青春推介官探店。

中国传统文化，同时也希望能够吸引更多年轻人来到枫泾，感受古镇的魅力。褚晓静经常会碰到一些慕名而来的顾客，这也让她很感谢这些探店活动帮助小店增加了曝光率。

■专家观点

机遇与挑战并存，如何破解青春经济的双面密码

复旦大学经济学院教授、博士生导师宋弘通过调研发现，2024 年中国青春经济市场规模达 4.3 万亿元，占新消费赛道 68%。尤其是在上海，依托高校资源密集、海归人才集聚和年轻从业者集中的优势，在电竞、国潮品牌、短视频等新兴领域展现出强劲活力。这些独特的优势与基础已助力上海的青春经济形成独特的生态体系。

“上海在发展青春经济方面，不管是人才的积累，还是城市本身的特征，以及目前针对青春消费的理念和政策支持，都已走在了全国的前端。”在宋弘看来，上海的这一经济形态不仅展现了独特的城市魅力，更成为推动经济转型升级的重要力量。

不过，青春经济也存在一些急需破解的难题和痛点。宋弘发现，职业周期短、社保覆盖率低、

同质化竞争等问题，制约其可持续发展。许多新兴行业短期内虽热度高涨，但长期稳定性不足。

在宋弘看来，要破解这些难题，需要从政策支持、教育改革和社会保障三方面入手。首先，政府需通过减税降费、增加居民收入等宏观政策，提振消费信心，扩大内需。其次，教育体系需与市场需求紧密结合，开展针对性的职业技能培训，帮助年轻人快速融入新兴行业。此外，由于一些青春经济的职业发展的不稳定性，完善灵活就业的社保制度是重要的，可以解决年轻人的后顾之忧。“这些需求都要跟上，一方面让年轻人能够享受青春经济带来的新的机会，另一方面也需要有一些长期的职业保障。”宋弘表示。

“青春经济作为中国经济的新增长极，需通过政策创新、服务创新、资源整合、人才培养和差异化发展突破当前瓶颈。共青团作为青春经济的重要推动力量，可进一步发挥桥梁作用，将青年创造力转化为高质量发展的持续动能。”在中央团校副教授杨名看来，上海共青团还可通过推出专项政策、场地支持、税收优惠、融资便利等，降低青年创业的制度性交易成本。

从街边小店的生死突围到整座城市的年轻力焕新，这场青年与城市的“双向奔赴”，正在为超大城市经济转型提供充满活力的“上海方案”。青春经济，不仅是年轻人的消费狂欢，更是城市经济转型的生动注脚。在上海这片创新的热土上，青春经济正以其独特的活力和创造力，书写着属于这个时代的经济新篇。