



小红书“RED LAND”全球首个开放世界冒险岛活动现场二次元与工业风交织。



青年报资料图

青春小店
毛姆礼帽咖啡馆。

新华社资料图

《店亮青春 惠动潮玩》
巨富长青春经济宝典。

青年报资料图



跟着人大代表现场把脉青春经济

青年消费：获得的不只是商品

2026
上海两会倒计时

青年报记者 刘昕璐

本报讯 青春经济是时下的一个热词。一张票根、垂直剧场的出圈；静安张园百余场快闪店实验、来“巨富长”试店的邀约；长宁发布“青十条”的主动……年轻的创意正在激扬，给所在街区带来了太多惊喜，也埋下商业逻辑里独有的青春密码。

如何更好地培育和发展青春经济，上海两会召开前夕，市人大代表、上海广播电视台融媒体中心主持人臧熹在复兴岛进行了一场实地调研，把脉青春经济。

二次元“痛岛”
有望变为未来之城

复兴岛是黄浦江上唯一的内陆岛，作为曾经的“留白岛”，百年复兴岛一边承载着历史，一边连接着未来。在上海的新一轮发展中，复兴岛有望变为未来之城。

已经在上海工作20多年的臧熹坦言，他是在最近才两次来到了复兴岛。特别是船台公园里，亮眼的色彩，艺术装置和工业遗存相伴相融，所激起的朝气和活力让他很是惊喜。在此前播报的新闻中，臧熹清晰地记得，复兴岛在2025年“五一”音乐节期间单日吸引十万人上岛；8月，小红书开放世界冒险岛活动RED LAND启动，复兴岛变身二次元“痛岛”，迎来大量二次元玩家；9月底，2025上海城市空间艺术季主展区启幕，集中展示“量子城市”智慧治理的未来图景；10月中旬，哔哩哔哩“干杯音乐节”火热开场，以音乐为媒打造

多元融合的青年文化盛会。热闹的赛会，正加速这座小岛在年轻人心目中印象的加深和知名度的提升。

不过，臧熹依然感觉到，没有大型活动造势的时候，岛上还是略显冷清。船台公园里一家咖啡馆的咖啡师同样提及，没有活动的时候，人流较为稀少。“随着过去岛上工业的外迁，岛上的人口变少了，产业变少了，这样一个转型期是必然的，但也意味着可以有更大的改造空间。”

在复兴岛上的调研中，一栋栋人才公寓已经初具规模，全新的定位、空间规划和配套，承载着希望和美好。在臧熹看来，无论是二次元“痛岛”，还是前沿的科技岛，复兴岛要托起“顶流岛”的愿景，还需要人流、要素的聚集，并且要让年轻人成为青春经济里真正的主角。

青春经济以青年为核心消费群体和创新创业主体，以满足青年成长发展需要和美好生活需要为主要驱动，具有个性化、场景化、社交化等显著特征。与此相伴的，是年轻的流量、持续的内容话题与特有的生态活力。

因此，臧熹强调，青春经济不能只简单理解为让年轻人掏钱去买东西、买服务，特别是像复兴岛这样的小岛，首先要有好的东西提供给年轻人，那么年轻人愿意来，而在这个过程中，就要让年轻人真正“主理”——让年轻人来提供这些，因为年轻人更了解年轻人。

“首先要有足够多的载体和足够多的业态，不然，年轻人不会来。因而，也很容易理解为什么变成‘痛岛’、音乐节的时候，年轻人会自然而然聚集起来。让年轻人更好地在这个岛上创业，岛上本身就有年轻人驻扎，那同时就带来更多符合年轻人消费特点的、年轻人喜欢的消费业态。”臧熹说。

是消费者
也是潮流文化引领者

除了活力小岛，放眼上海，当下，青春经济新业态正在蓬勃发展。线上的购物数据里，同样可以解码当代青年的消费观念。

在实地调研中，臧熹与得物团委书记高弘深聊了一番。“作为深受Z世代喜爱的潮流电商平台，我们的确观察到了一些趋势。比如，当代青年消费正呈现‘压力与活力并存’的新常态，呈现‘情感价值与理性决策并重’的新特征，对国货潮品的认可度开始持续提升等。”高弘说，当代青年在表达个性的同时，彰显出对本土文化的自信。与此同时，传统国货品牌也借助电商平台积极焕新，通过IP联名、潮品首发等年轻化营销动作，进一步精准对接青年需求，实现了品牌与青年群体的双向奔赴。

可以看到，青年消费的每一份选择，都承载着对美好生活的热切向往；青年市场的每一次迭代，也都孕育着高质量发展的无限机遇。培育和发展“青春经济”，既是顺应青年成长需求的民生之举，更是激活城市发展活力的战略之策。

“在青春经济浪潮中，青年既是消费主体，更是潮流文化的引领者。”臧熹和高弘都深感认同，希望青年在追捧潮流消费时，也与中华优秀传统文化能有更深度的结合，找到共赢的机遇。

培育发展
青春小店青春首店

年轻人的消费观，推崇“分享、购买、分享、再购买”循环模式，他们经常为场景买单，也愿意为情绪复购。可以说，青春经济既是投资于人的消费业态，也是创意催生的生产形态。在线下，全市正涌现出诸多青春经济的实践样本。从“疗愈经济”到



臧熹在实地调研中。

青年报记者 施培琦 摄

“宠物友好”，从“健康生活”到“青年运动”——在真正回应时代情绪、贴近青年需求的赛道里，年轻的想法正在被看见，并找到落地的支点。

2025年10月开始，在团市委指导下，团静安区委与静安寺街道将巨鹿路812号这处社区青年活动空间“改头换面”，打造为“Lab812青年引力场”，任何有创意、有产品的青年人都能申请在此“试开”小店，周期为7至20天，仅需承担水电杂费。目前，首批6名小店主理人完成“试店”梦想。他们中有不少大胆开启落地实体店的想法。

这在臧熹看来，正是扶持青春小店“从想法到做起来”的一种实验。“青春经济关键在于人群本身的活力，我们可以通过‘量’的聚集，把青春经济整体搞活、带活。比如说，愚园路、安福路这样的地段中，政府有的一些资源，是不是可以拿出来给到我们年轻人，那在这里培育一些先锋的、创新的品牌，让青春小店能够在这样的空间中起得来，也完全可以打造青春小店首店概念。”

臧熹认为，青春小店，很重要的一个特质是富有青春活

力。它可以很小，但要内涵独特，通过集聚政府、市场、社会等多方资源，继而为青春经济上下游、全链条赋能。

调研中，臧熹还和几位人大代表一起碰撞思想火花。“青春经济的培育和发展，需要紧扣年轻人对兴趣的需求、社会的属性、文化的认同和情绪的价值。”市人大代表任美霏说。市人大代表吴少游建议，鼓励在健康服务、运动康复、心理支持等方面，把青年消费和深度创业相结合，形成更有质量、更可持续发展的青春经济生态。

对此，臧熹深有共鸣。“要在整个经济链条中，更好地嵌入年轻人的想法，并且把他们的想法再往前置；在创业端上，政府部门、共青团等给予他们政策、场地、资金上的扶持，让年轻人可以有创意的落地，让一些小店做出来，从而产生正向循环。”

现场调研是互相学习，更是脑力激荡。臧熹说，将进一步吸收各方的建议，把议题带入两会，通过更广泛的讨论，凝聚共识，找到办法，一起为“十五五”期间上海建设青年发展型城市、更好地激发青年消费潜力作出贡献。