那一束暖春的光

# 繁荣15分钟生活圈 95.3%受访青年期待加强扶持青春小店

中青报·中青网记者 吴欣宇 王志伟
实习生 李斯宇

如今，主打便捷服务的“青春小店”正巧妙融入“15分钟便民生活圈”，为人们带来集潮流文创、快捷餐饮及生活服务于一体的全新体验。近日，中国青年报社社会调查中心联合问卷网（wenjuan.com）进行的一项有1516名青年参与的调查显示，95.3%的受访青年期待所在地加强扶持青春小店，打造15分钟便民生活圈。助力小店发展，60.2%的受访青年期待举办线下“青春市集”、文化节等，创新多元消费场景。

## 65.5%受访青年有开家小店的想法

来自天津的20岁学生姚雨菲发觉，如今身边的小店种类越来越丰富。据她观察，像猫咖、烘焙店这类休闲体验店在年轻人中非常火爆。“现在年轻人越来越追求高品质的慢生活，想在小店里做一些自己喜欢的事情。”

在广西壮族自治区南宁市上林县，28岁的侯依依已开店创业8年，其间她陆续开了陶艺店、手工店。在侯依依创业初期，县城里可娱乐的方式不多，放假后不知道去哪里玩的孩子就涌向了她的手工店，这让她的生意异常火爆。为了让孩子们保持新鲜感，她会主动了解孩子们之间的“潮流玩具”，根据他们的反馈随时给店里补充新鲜玩意儿，这也让她结交了不少小朋友和大朋友。侯依依的愿望是，这间小店能给更多人带来温暖。

广西壮族自治区梧州市藤县85后唐剑明返回家乡创业，2024年年初，他开始运营“狮舞藤院”，希望将狮舞文化通过“小店”这个载体传播出去。在“文旅+美食+研学”形式的加持下，他的小院吸引了不少人关注，也让当地许多年轻人想开店加入。

调查显示，65.5%的受访青年有开家小店的想法。其中，22.0%的受访青年已付诸行动，43.5%的受访青年正在计划实施中。

唐剑明的小院位于县城和乡村的交界地带，每天上午10点营业后，许多住在附近的人会来到他的院子里唱歌、吹笛子、跳广场舞，饭后，也会有不少居民来这里散步、闲聊，生活气息十足。每到节假日，城里的年轻人也会拖家带口地前来体验非遗手工，享受亲子时光。“很多情侣也愿意来我们这边约会，我的这个小院已成为城乡之间重要的社交节点了。”

## “青春市集”助力便民小店“出圈”

姚雨菲去过天津市河西区的一家开在居民楼下的社区咖啡店，那里常常聚集着许多年轻人，一些时髦的长辈也会去消费、聊天，这让社区小店成为城市中别样的风景，“社区咖啡店的热闹和欢声笑语给城市带来一种生机”。

数据显示，95.3%的受访青年期待所在地加强扶持青春小店，打造15分钟便民生活圈。

侯依依的创业梦收获了当地团县委的支持。在上林县卫城广场旁边，坐落着共青团上林县委员会规划的青年友好街区“后浪”青创集市，侯依依就是这个集市中的一员。每到节假日，共青团上林县委员会就会在卫城广场策划演出和游园项目，给青创集市带来不少人气。此外，当地团县委也会为青年创业者争取一定的资金补贴。

每到夜幕降临，唐剑明的“狮舞藤院”又成了青年夜校的教学基地。为了鼓励年轻人创业，共青团藤县委员会与小店商家进行合作，让青春小店与青年夜校双向赋能。青春小店让县城的夜多了不少人气，年轻人下班后有了业余活动的新去处。

最近，共青团梧州市委员会正在开展宝藏“青春小店”探店评选活动。共青团梧州市委员会四级调研员石思妮介绍，该活动旨在鼓励、支持青年返乡创业，积极投身乡村振兴，通过资源整合、社群运营、流量共创等方式，挖掘一批青年主理人，为青年小店的经营成长赋能。

“未来希望在宣传推广、研学活动方面给青春小店一些合作资源。”唐剑明说。

青年期待哪些举措助力小店发展？数据显示，60.2%的受访青年期待举办线下“青春市集”、文化节等，创新多元消费场景；50.7%的受访青年期待相关部门简化各类办事手续；43.0%的受访青年期待联合社交平台加大宣传，打造联名IP。其他还有：为店主提供租金或税费优惠（42.6%），将青春小店作为大学生就业创业实践基地（39.5%），借助“青年之家”搭建创业者交流平台（39.4%）等。

来自江苏常熟的90后华服店店主赵紫娟期待，多举办青春文化节，让传统服饰的“美”能被更多人看到，她也期待能有更多年轻的店主加入其中，出谋划策，让年轻的小店焕发新的活力。

受访者中，00后占13.9%，95后占27.4%，90后占35.7%，85后占13.0%，80后占10.0%。来自一线城市的占37.4%，二线城市的占35.2%，三四线城市的占22.6%，县城或城镇的占4.5%，农村的占0.3%。

《快看数据｜吸引年轻人走进一家小店的是什么？》




聚朋粘友 氛围美好

# 近九成受访青年认为各类小店烘托着城市烟火气

新春走基层

中青报·中青网记者 吴欣宇 白 杨

制图：林天羽

“来杯咖啡吗？品尝一下，京剧味儿哒。”

在北京市鼓楼大街旁一条幽静的胡同里，坐落着一家古朴典雅的京剧主题咖啡厅，90后店主刘振经常一边做着咖啡，一边与顾客探讨彼此熟悉的京剧剧目。在这家传统与现代融合得自然而然的小店里，处处彰显着店主的巧思：墙上挂着写有京剧唱词的字画，店内随处可见戏曲头冠和戏服，就连桌签都带有戏曲元素。在店内悠扬婉转的戏曲唱段中，顾客们惬意地享受着下午茶时光。

如今，不少年轻人选择开一家带有个性创意的小店，这让社区不仅聚集了更多人气和人情味儿，小店透出的文化气息和美好生活的味道也越来越引人驻足，甚至频频回顾。近日，中国青年报社社会调查中心开展的一项调查显示，80.5%的受访青年感觉近年来身边的小店种类变多了。青春小店的创业故事背后藏着哪些当代人的“幸福密码”？在2025年第一期《参数》节目中，记者与众多正在逛街的青年和两位年轻的小店主一起聊了聊，看看“青春小店”背后有些怎样的年轻思绪和生活烟火。

## 在小店寻找人生的温度与真实感

刘振是京剧科班出身，开咖啡店缘于一次偶然。早些时候，这家咖啡店原本是他的戏曲工作室，一天，一个陌生人推门就问：“这里有咖啡吗？”这给了刘振极大启发：“我觉得咖啡背后有很庞大的年轻群体，是不是可以用咖啡、京剧、昆曲等做个结合，用一家店作为载体，让大家在店里与传统文化有更多的接触？”

在哈尔滨中央大街附近，一家文创甜品店受到不少年轻人的青睐，小店主理人郭金鹏将哈尔滨本地热门景点，还有冻梨、雪人等本地特色，做成精致的慕斯蛋糕、饮品等，引来不少人进店光顾。

近年来，哈尔滨的文旅热度不断提升，这让郭金鹏开始思考转型的方向。在考察多地的文创产品之后，她推出了“我在哈尔滨很想你”路牌文创饮品，获得不少关注。“我发现大家对于打卡属性的产品需求还是蛮大的，就在文创这条路上继续走了下去。我觉得，开一家有人缘的潮流小店既是我的一个生存手段，又是表达自我生活方式的一个重要窗口。”

近些年，不少具有创新特色的小店吸引了无数年轻人的眼球，成为他们休闲的新去处。调查中，80.5%的受访青年感觉近年来身边的小店种类变多了。交叉分析显示，一线城市受访青年感觉小店种类变多的比例更高，为83.8%。

“我喜欢装修比较古朴典雅、有文化气质的店。”来自山东的00后李蕊最近去了云南旅游，在大理古城邂逅了许多带有当地文化特色的小店，在店里还可以自己动手创作瓦猫，这让她流连忘返。

李蕊感觉，近年来身边小店的种类越来越多了，许多朋友选择在有情调的小店里餐饮、聚会、休息，这让她感觉生活的烟火气更浓厚了。“有些小店很接地气，售卖的物品也是比较生活化的，通过这些具有巧思的小物件，也能发现生活中不易察觉的小美好。”

调查显示，87.5%的受访青年认为小店是城市烟火气的体现。交叉分析显示，一线城市受访青年对此认同度更高，为91.2%。

“小店就是要给大家提供一些‘美好’，这也是烟火气的一部分。”刘振觉得，越来越多的青春小店让人们感受到生活中的温暖和真实。“你可以看到人们真实的生活状态，可以在一个美好的空间里去遇见陌生人。”

## “青春小店”成“聚朋粘友”新平台

来自北京的23岁的魏雨童平时喜欢去一些开在巷子里、装修比较有特色的社区小店。他发现，这些社区小店装修得比较温馨，在餐具、桌椅的选择上会融入店主的个人风格。“一般在社区小店里，顾客可能是互相认识的，和店主也比较熟悉，店里的气氛也会比较融洽，小店在这里充当了一个街坊们的社交平台。”

魏雨童觉得，社区小店聚集了许多志同道合的朋友，大家在这里探讨自己的兴趣爱好，还会将自己体验到的其他特色小店分享给身边的人，在口口相传中，许多宝藏小店被串联到了一起，人们可以在“附近”的奇遇中体验更多美好的瞬间。

调查显示，近四成（37.8%）受访青年肯定小店在提供青年社交场所上的作用，交叉分析显示，00后受访者对此更为认同（47.4%）。

郭金鹏从开店创业到现在已经有10年的时间，她表示，很多老客人已经成了她亲密的朋友。为了聚集人气、回馈新老顾客，她会组织许多线下的积分换购、新品试吃会等活动，让小店一直保持热热闹闹的氛围。“我觉得小店也是一个很强的情感纽带，是同频的人聚集的场所。”

刘振始终认为，小店除了给大家提供服务，还有一个很重要的功能，就是社交。自从他的京剧咖啡厅开张以来，他会向走进店里的顾客介绍京剧知识。为了让大家更深入地感受传统文化的魅力，他还会定期在店里开展京剧、昆曲的沙龙和雅集，除了大家坐在一起欣赏、交流，他经常鼓励客人们穿上戏服、走上戏台，体验一下唱京剧的乐趣。

在浓厚的京剧文化氛围中，不少来到这里的客人走出小店后，走进戏院，这让刘振感觉“比卖了100杯咖啡还要开心”。文化审美上的交流也让来到这里的人们彼此的心更近了一些，店里的一些老顾客、老朋友，去外地旅游时会给刘振带纪念品，平时也会相互送一些应季水果，过年时还会给小店送来春联，这些细节也在温暖着刘振。

## 开店的梦想在“15分钟便民生活圈”中绽放

在郭金鹏研究生毕业创业初期，黑龙江省哈尔滨市正在鼓励大学生自主创业，对像她一样创业的小店经营者出台了税收减免的相关政策，当地媒体也给她的小店做了很多宣传报道，这些支持都提振了郭金鹏的信心。刘振的京剧咖啡厅创办起来后，获得了北京市西城区文化和旅游局推荐，参加了2024年第四届中国国际消费品博览会，平时刘振也有机会承接北京的一些演出活动，为自己的小店聚集了不少人气。

2023年7月，商务部等13部门办公厅（室）印发的《全面推进城市一刻钟便民生活圈建设三年行动计划（2023-2025）》提到，到2025年，在全国有条件的地级以上城市全面推开，推动多种类型的一刻钟便民生活圈建设。

“我觉得小店的发展能够推动城市‘15分钟便民生活圈’的建设。”郭金鹏认为，当下年轻人的工作和生活节奏比较快，如果在社区能有很多不同风格的小店，会极大地方便社区居民在“家门口”实现“吃喝玩购”，“大家会反复光顾的一些小店，也是我们非常重要的社交场所。”

刘振期待未来各地各级政府出台更加完善的“15分钟便民生活圈”的规划，让更多有心创业的年轻小店经营者可以加入其中。“这样的话，我觉得既方便了周边的居民，也能实现我们开更多家店的梦想。”

《参数｜地气人气烟火气，来青春小店开启“聚朋粘友”自在生活》

“我希望把小店打造成整个小镇的青年会客厅”

# 小店不小！受访青年首肯小店激发新的消费活力

中青报·中青网记者 王志伟 吴欣宇
实习生 李斯宇

品奶茶咖啡、尝特色美食、逛国潮文创……小店不仅承载着大众日常生活所需，也是助推社会经济发展的重要动力。什么样的小店对年轻人更有吸引力？近日，中国青年报社社会调查中心联合问卷网（wenjuan.com）进行的一项有1516名青年参与的调查显示，产品实惠、性价比高的小店更吸引年轻人。55.9%的受访青年认为小店能激发新的消费活力，55.7%的受访青年认为能满足个人兴趣爱好。

## 什么类型的小店更受年轻人青睐

上海的00后李佳伟很爱逛咖啡馆，他对本地一家咖啡馆印象深刻。“这家店的咖啡师会根据顾客的性格，调制不同口味的咖啡，形式新颖，很贴合当下年轻人的喜好。”李佳伟觉得，咖啡馆安静的氛围能让人慢下来，享受忙里偷闲的乐趣。

什么类型的小店更受年轻人青睐？调查显示，奶茶咖啡店（56.0%）、便利店/小超市（54.3%）排在前两位。另外，国潮文创店（51.0%）、美食特产店（45.5%）、餐馆（41.7%）也是受访青年常打卡的地方。

其他还有：休闲娱乐店（如剧本杀、密室逃脱店）（36.2%）、果蔬店（34.2%）、杂货店（26.0%）、书店（25.5%）、鞋服店（23.7%）、美容美发店（23.2%）、健身房/运动馆（11.3%）。

在陕西上大学的00后金琳惠最常光顾的是桌游店。“这类小店能满足大学生的娱乐需求，而且店主多是年轻人，相处起来比较轻松。”另外，社区附近的火锅店也是她常去的地方，“价格亲民、氛围好，很适合好友相聚”。

吸引年轻人在小店消费的是什么？51.7%的受访青年认为是产品实惠、性价比高，50.2%的受访青年觉得是评价高、口碑好，49.9%的受访青年认为是小店位置便利，48.2%的受访青年认为是有特色的服务或产品。其他还有：装修漂亮有特色（45.5%），商品接地气（36.7%），一些“悦己”的消费体验（36.6%），满足个性化、定制化的需求（30.4%），和店主相熟，是人际交往的一部分（10.6%）。

“小店的产品价格不能太高，要有性价比，也要有特色，符合年轻人的审美和消费需求。”李佳伟觉得，小店想吸引年轻人，店主要做好前期调研，装修风格、产品要有青年味道，让年轻人能产生兴趣和共鸣。

苏州90后郁竹君在当地的苏绣小镇经营一家小店，她说，小镇作为展示苏绣文化的窗口，每年都会吸引不少游客前来参观打卡。“我的店里除了展示和销售苏绣作品，还提供了咖啡饮品和休闲区域，让每个来到苏绣小镇的游客可以在店里停留，慢慢欣赏苏绣的美。”

为了把苏绣产品推向市场，除了传统的丝巾，郁竹君还开发了与苏绣相结合的胸针、眼镜盒、笔记本等文创产品，价格也比较亲民。“最成功的案例是我们跟一个国产美妆品牌合作推出的七夕限定礼盒，销售量突破了10万件，不仅促进了消费热，也让苏绣走进大众视野，走入大众生活。”

## “特色小店不仅能促进消费，还可以成为当地的名片”

小店有何功能？调查显示，受访青年将激发新的消费活力排在首位，获选率为55.9%。这比2023年的同题调查结果，高出了10个百分点。

“特色小店不仅能促进消费，还可以成为当地的名片，带动旅游业的发展。”金琳惠在西安游玩时发现，一些充满设计感的小店让普通的巷子和旧工厂焕发了新的活力，吸引了许多年轻人前去打卡。

广西壮族自治区的85后唐剑明有着多次小店创业经历，他觉得，年轻人开小店，对个人、对社会都很有意义。“年轻人想法多、有创意，动手能力强，而且善于学习新事物、新理念，能为市场注入新的活力，助力经济发展。”

如今，唐剑明在老家梧州市藤县开的店已步入正轨，小店以当地的狮舞文化为主线，集纳了餐饮、文创、非遗等多种形式，吸引了不少年轻人关注。唐剑明觉得，小店的价值不仅体现在商业活动上，也承载着重要的社交意义。“近年来，我们与一些单位合作，承办过多次青年社交活动。青年夜校也在这里生根，每个月我们会安排几场手工制作等活动，丰富年轻人业余生活的同时，也为小店积攒了人气，带动了消费。”

调查显示，55.7%的受访青年认为小店能满足个人兴趣爱好，48.5%的受访青年认为小店能满足周边居民日常生活需求，45.2%的受访青年认为小店可以创造就业岗位。

小店的其他功能还有：参与社会治理与服务（40.5%），提供青年社交场所（37.8%），治愈情绪，放松解压（30.4%），成为打卡地，带动旅游发展（15.0%）。

江苏常熟的90后赵紫娟从小就很喜欢古装剧和传统服饰，在爱好的驱使下，她在当地开了一家华服体验店，以传统服饰为媒介，由店里的妆娘为年轻人打造传统妆容，还有点茶、手工制作等活动，带领年轻人沉浸式感受传统文化的美。“我们的消费者基本都是年轻人，有不少人是慕名前来的，能感受到大家对传统服饰、传统文化更感兴趣了。”

“我希望把小店打造成整个小镇的青年会客厅。”郁竹君发现，在她的影响下，周边的小店也开始行动起来，无论是店铺装修还是产品设计，都更注重创新、展现特色，她认为这对营造文化街区很有意义。

郁竹君表示，她还开始拓展海外市场，比如带着苏绣到国外参加展览，向外国人展示苏绣文化，“新的一年，希望我的小店能紧跟时代脚步，把苏绣这项非遗推向海外”。

此次调查的受访者中，00后占13.9%，95后占27.4%，90后占35.7%，85后占13.0%，80后占10.0%；来自一线城市的占37.4%，二线城市的占35.2%，三四线城市的占22.6%，县城或城镇的占4.5%，农村的占0.3%。