

“青春经济”释放巨大潜力



本报综合报道 为看一场演唱会,年轻人打“飞的”奔赴另一座城;为打卡超大零食店,门店开业3天就被消费者“挤停售”。在当下的消费市场,一股由年轻一代催生并主导的经济浪潮日渐升温。

“青春经济”这个新概念,正从年轻人的购物车,走进政府的施政蓝图。

什么是“青春经济”?今年全国两会期间,共青团中央提交的《关于培育和发展“青春经济”,为高质量发展注入新动能的提案》中给出定义:以青年为创新创业主体和核心消费客群,以满足青年成长发展需要和美好生活需求为主要目标,包括潮玩文创、兴趣圈层、体验社交、健康生活、知识赋能、数字娱乐等经济活动。

新生活催生新消费

在重庆渝中区解放碑商圈,咖啡产业已经成为青春经济落地生根的典型样本。作为重庆乃至西部的消费核心地带,这里每平方公里布局近200家咖啡店,全区咖啡茶饮产业规模突破30亿元,门店密度位居全市首位。戴德梁行咨询公司的行业趋势研究报告显示,西南地区城市咖啡消费主力群体中,26-35岁年龄段消费占比高达67.4%,近50%的咖啡消费者每周消费3至5杯。

如今的城市咖啡馆早已超越饮品销售本身,成为年轻人放松心情、拓展社交的“第三空间”,咖啡培训教室、沉浸式体验店更是成为青年消费打卡热点,学员不仅能系统学习拉花、萃取、烘焙等技艺,还能获得相关认证,通过社交平台分享实现自我表达。依托山城特色打造的洞穴咖啡、天台咖啡等“咖啡+”场景,进一步成为文旅新地标,带动文创展销、轻食餐饮、民宿预订、直播打卡等周边业态联动发展,形成完整的“咖啡+”消费生态链。

除了舌尖上的消费体验,小剧场演艺也成为青年情绪消费的新热点。话剧、音乐剧、脱口秀、沉浸式演出等业态,凭借独特的情绪价值与强互动体验,深受青年群体青睐。中国演出行业协会联合相关机构发布

的报告显示,00后在沉浸式演出、音乐剧、脱口秀等购票观众中占比超过23%,25至29岁群体成为喜剧类、悬疑类话剧的核心观众。

重庆社会科学院城市与区域经济研究所所长、研究员邓靖指出,年轻人的消费行为趋向个性化、体验化和社交化,更愿意为体验、情绪、圈层等付费,新的生活方式创造出新的消费场景,成为拉动青年消费增长的重要增量。

新创意孕育新职业

“青春经济”不仅是消费驱动型经济,更是创新创造型经济。青年群体将奇妙思想转化为现实生产力,催生出一大批新兴职业与创业形态,持续重塑就业市场版图。在数字内容领域,微短剧成为青年创业就业的重要风口。

重庆两江新区短剧拍摄基地每年接待近千个剧组,日均10余个剧组同时拍摄,年产短剧超700部。本地MCN机构麦芽传媒聚焦短剧赛道,拥有2000多名员工,平均年龄不到26岁,覆盖编剧、后期制作、运营等全产业链环节。《2025微短剧从业者生态调查》显示,微短剧从业者呈现明显年轻化趋势,超七成受访者年龄在30岁以内。这一产业不仅创造了大量新就业岗位,还有效激活文旅消费,仅两江新区水土老街半年内就接待剧组超200个,直接带动文旅消费突破1600万元。

与此同时,无人机群飞行规划员等新职业也快速兴起。95后从业者陆子祥深耕行业近五年,全程参与场地勘测、信号评估、3D数字建模、飞行剧本设计等全流程工作。2025年7月,无人机群飞行规划员被人社部认定为新职业;截至同月,人社部自2019年建立新职业信息发布制度以来,已累计发布七批共计110个新职业。

重庆市人力资源和社会保障局数据显示,2019年以来,全市16至35岁人员中5.9万人次参加新职业技能人才评价,4.6万人次获得相关评价证书。重庆工商大学成渝地区双城经济圈建设研究院研究员莫远明

认为,青年的创意和创造力,正成为创新创业的催化剂和动力源,也是“青春经济”持续迸发活力的关键所在。

新政策搭建新平台

“青春经济”的蓬勃兴起,离不开政策引导与载体支撑,各地纷纷抢抓发展机遇,为青年创新创业与消费成长搭建广阔平台。从国家层面来看,共青团中央、中央网信办、国家发展改革委等15部门联合印发意见,将培育发展青春经济作为深化青年发展型城市建设的重要举措。

今年2月,四川省政府工作报告明确提出发展青春经济;同月,上海市“十五五”规划纲要提出推动24小时“年轻力”单元及青年发展型街区、园区、社区建设;重庆市“十五五”规划纲要提出持续释放青年群体消费活力,构建城市IP体系,大力发展潮流经济、“谷子经济”等新业态,培育电竞消费、文创消费、情绪消费等新热点;江苏省提出打造“最懂年轻人”的青年社区,为青年创新创业提供土壤。

在政策引领下,适配青年创业的新型载体加速落地。重庆两江新区打造人工智能OPC(“一人公司”)产业园区,面向青年实现“拎包入驻”,通过整合产业资源、提供政策支持、营造协作生态,帮助创业者解决孤军奋战、资源对接能力弱、抗风险能力差等难题。

“好风仍需凭借力。进一步释放‘青春经济’活力,要从场景消费转向产业共创上发力,重构城市与青年的双向奔赴关系,进一步提升政策支持精准性,持续优化市场环境,构建优良的产业生态,让年轻人成为城市新业态的‘合伙人’,让创意嵌入产业链,在解决城市真实需求中创造价值。”邓靖表示。

全国政协常委、上海公共外交协会会长周汉民指出,“青春经济”是一个时代文化结构和产业结构的体现,它反映的是这代年轻人在数字时代兼具生产者与消费者双重身份的新经济角色。

观察

新能源汽车正加速抢占长途出行赛道

今年“五一”假期,新能源汽车自驾出行迎来爆发式增长,曾经困扰车主的“充电焦虑”正在快速消退。从京昆高速到京哈高速,从西部枢纽到东部路网,高速公路服务区充电桩数量充足、大功率快充普及,新能源汽车正在城市代步工具,全面迈入长途出行主赛道。

国家能源局监测数据显示,假期首日高速公路充电量与服务次数双双刷新历史纪录,新能源汽车高速流量占比升至24%。随着充电设施覆盖扩大、技术迭代提速、服务保障升级,我国新能源汽车长途出行便利度实现质的飞跃,为交通绿色低碳转型注入强劲动力。

新能源车成为长途出行主流

今年“五一”假期,公众自驾出行需求集中释放,新能源汽车成为高速公路上的重要车流。

国家能源局对纳入国家充电设施监测服务平台的5.76万个高速公路充电设施(枪)统计显示,5月1日0时至24时,全国高速公路新能源汽车充电量达到2303.39万千瓦时,同比增长55.6%,充电服务次数超94.63万次,两项指标均刷新“五一”假期首日历史纪录。

交通运输部预计,假期全国高速公路日均总车流量约6400万辆,其中新能源汽车日均流量约1540万辆,占比24%,同比增长33%,公路出行结构呈现明显绿色化转型。

不少新能源车主表示,如今长途出行已无需为电量担忧。从四川自驾前往山西的李东升在京昆高速陕西富平服务区充电,10分钟即可补充400公里续航里程;从北京出发前往东戴河的姜先生也感受到,京哈高速充电桩数量明显增加,大功率超充设备大幅缩

短补能时间,出行体验显著提升。从犹豫不敢远行,到放心规划长途路线,新能源汽车使用场景的拓展,正是行业发展的真实写照。

高速路网基本消除“充电盲区”

支撑新能源汽车畅行长途的关键,是我国充电基础设施的规模化、网络化建设。

截至2025年底,全国新能源汽车保有量达4397万辆,占汽车总量的12.01%;全国高速公路服务区累计建设充电桩7.15万个,覆盖超98%的服务区,19个省份实现充电设施“乡乡全覆盖”。

作为连接西北与华北、华南的重要枢纽,陕西富平服务区假期车流量突破2.5万台次,服务区南北两侧设置28个充电桩、2个换电站,多数时段无需排队;江苏宿迁在8个高速服务区建成98台快充桩,实现辖区高速公路全覆盖;贵州贵阳投用600千瓦级大功率快充桩,实现“一秒一公里”高效补能。

为应对假期高峰充电需求,各地纷纷采取应急保障措施。国网山东电力在热点充电站部署移动式充电舱与可移动充电桩;国网灵璧县供电公司,在高速服务区新增160千瓦大功率直流快充桩,充电效率较传统设备提升近3倍。广覆盖、多层次的充电网络,让新能源汽车在全国高速路网中基本告别“充电盲区”。

快充技术不断突破

设施覆盖不断完善的同时,电池与充电技术的迭代突破,进一步拉近新能源汽车与燃油车的补能效率差距。

今年3月,比亚迪发布第二代刀片电池及快充技术,创下全球量产最快充电速度纪录:常温环境下电量从10%充至70%仅需5

分钟,充至97%仅需9分钟,让超快充从概念变为现实。

在高速服务区,大功率快充已成为标配,主流车型半小时内可完成80%电量补充,真正实现“喝一杯咖啡的时间即可充好电”。技术升级彻底改变了公众对新能源汽车“充电慢、耗时长”的固有印象,也为长途出行消除了最后一道障碍。

在硬件提速之外,充电服务保障同步升级。富平服务区配备6名运维人员24小时在岗引导,设置休息座椅与遮阳棚,并在电子地图实时更新充电桩空闲状态,让车主可精准规划充电路线,整体充电体验持续向燃油车加油效率靠拢。

今年“五一”新能源汽车长途出行的火爆,既是消费市场成熟的体现,也是我国交通能源转型成效的集中展现。

厦门大学中国能源经济研究中心教授孙传旺表示,从今年“五一”假期新能源汽车自驾出行的爆发式增长来看,这既说明消费端成熟度全面提升,新能源汽车接受度从城市通勤延伸至长途自驾场景,也折射出供给端基础设施瓶颈实现突破,高速服务区充电桩、景区充电站、城市快充网络等密集布局,进一步适配长途出行需求。整体上看,出行方式的结构优化,在推动交通领域从高碳向低碳、零碳转型的同时,还能助力绿色智慧交通基础设施网络的形成,完善低碳交通硬件底座,构建高效低碳的智慧交通生态。

交通运输部负责人透露,2026年计划在全国高速公路服务区建设1万个以上充电桩,其中大功率快充枪占比不少于25%,持续提升充电保障能力。孙传旺预计,随着补能网络日渐完善,快充技术持续突破,未来公路出行中新能源汽车占比仍有大幅提升空间,中长期有望成为绝对主力。 宗沅

关注

东方甄选布局线下零售新业态



5月5日,东方甄选体验店在新东方南楼一楼开启试营业,并将于5月21日正式开业。店内不仅售卖东方甄选零食、饮料、日用品等自营品,还开设了咖啡区、熟食加工区等增加消费体验感。据了解,该体验店还将接入即时零售服务。为了对冲线上流量疲软,近年来越来越多的头部直播机构在线下尝试便利店、市集、咖啡店等多元业态。

主打会员体验

从陈设来看,东方甄选体验店更像是一个升级版的便利店,店内主要售卖零食、酒饮、日用百货等常规品。据了解,该体验店SKU超过1000款,自营品占比约40%,门店面积约400平方米。今年5月中旬左右,东方甄选体验店将接入即时零售服务。

为了提升消费者体验,类似于便利蜂、罗森等,体验店设置了咖啡区、熟食加工区,以高频消费带动进店客流。由于这类区域面积比传统便利店更大,咖啡茶饮、早餐等种类颇为丰富。以咖啡茶饮为例,东方甄选体验店的咖啡茶饮价格在14-35元不等,咖啡品类包括特调、经典、手冲等。而熟食加工区提供早餐和午餐,午餐价位在12-30元不等。门店有意设置的户外座位区,供消费者用餐或休息。

价格方面,东方甄选体验店也在强调线上会员店消费的优惠感,门店大部分商品标注了会员价与原价。据店员介绍,如果成为线上会员,消费者不仅能享受券包,在店内还能获得“8.5折”的消费优惠。

东方甄选相关负责人表示,设立咖啡区除了能够提供给用户好的咖啡饮品产品,也希望延长顾客停留时间,可以多逛逛东方甄选自营品。在价格维度,相同规格会整体定价,保持各渠道一致。“商品不同规格会有差异。此外,线上线下活动节奏不同,到手价也会有差异。”该负责人表示。

作为落地北京的第一家店,东方甄选意图将其作为自营品体验、会员转化的重要窗口。无论是咖啡、餐食还是常

规品,都有东方甄选自营品的身影。为了方便新客尝试新品,体验店的爆款刺梨汁、吐司均为散装,改变了东方甄选App、抖音等线上渠道整装售卖的方式。

直面线下竞争

不只是东方甄选,近年来美团、交个朋友、三只羊等头部直播机构均在涉足线下,开出集市、咖啡店、便利店等多种业态,以此对抗直播电商流量增速疲软的焦虑。然而,当直播电商选择不依赖主播个人影响力、直播间投流带货,而是与线下实体店零售比拼周转效率、商品价格、供应链稳定性等硬实力,这注定是更难的一条路。

仅以东方甄选体验店所在的新东方南楼为例,其周围扎堆着7-Eleven、便利蜂、罗森等便利店,送达时间能低至15分钟。此外,小象超市、Ole精品超市等多品类成熟零售业态也能30分钟将商品送到消费者手上。这对于线下运营经验尚浅的东方甄选来说,无疑有着一定的盈利压力。

一位电商资深人士指出,线下零售的核心逻辑与线上完全不同,包括选址、选品、供应链、店面布局、顾客动线、货架陈列等。东方甄选要想做线下零售,需要重新打造一个以线下零售人才为主的专业团队。

“东方甄选主打自有品牌商品,增加咖啡区、早午餐区等生活场景,也是为了把这些自有商品与日常生活关联起来,逻辑是用场景带动自有商品销售。”零售专家胡春才认为,像永辉这类以非自有品牌为主的超市,外部品牌或非专营商品的比例很高。东方甄选既然选择主推自营品的模式,在吸引更广泛的客群方面确实会显得弱势一些。

胡春才表示,东方甄选体验店的真正卖点在于让消费者到线下亲身体验、检验商品,增强对其产品的信任和信心。本质上,它需要通过线下与线上形成良好的互动。“就像很多品牌做线下体验店一样,顾客有了实际体验后,东方甄选的自有品牌商品才能被更好地接纳。”

何倩毛思怡

资讯

全国铁路“五一”假期运输期间旅客发送量突破1亿人次

据中国国家铁路集团有限公司消息,5月4日,全国铁路发送旅客2038.3万人次,4月29日“五一”假期运输启动以来全国铁路累计发送旅客1.17亿人次,运输安全平稳有序。5月5日,铁路返程客流继续攀升,全国铁路预计发送旅客2300万人次,计划加开旅客列车2225列。

从铁路12306车票预售情况看,5日热门出发城市主要有北京、广州、成都、上海、杭州、武汉、西安、重庆、深圳、郑州,热门到达城市主要有北京、广州、上海、成都、深圳、武汉、杭州、西安、郑州、南京、南宁至广州、北京至上海、成都至西安、上海至北京、沈阳至北京、武汉至上海、西安至成都、太原至北京、广州至南宁、呼和浩特至北京等热门区间客流集中。

各地铁路部门积极应对返程客流高峰,统筹利用运力资源,全力保障旅客平安有序返程。国铁南昌局集团有限公司在南昌至杭州、九江至广州等热门方向加开旅客列车381列,其中夜间高铁12列。国铁广州局集团有限公司在广深地区往返潮州、汕头、湛江等热门方向加开旅客列车707列。国铁乌鲁木齐局集团有限公司在成都、兰州、和田等热门方向加开旅客列车66列,安排36列动车组列车重联运行。 樊曦

2026北京车展吸引128万人次入场参观

5月3日,以“领时代·智未来”为主题的2026北京国际汽车展览会(简称“2026北京车展”)在北京中国国际展览中心(顺义馆)、首都国际会展中心双馆落幕。10天展会共吸引128万人次入场参观。

2026北京车展首次采用双馆联动、全域布局模式,启用中国国际展览中心(顺义馆)与首都国际会展中心共17个展馆,以38万平方米的超大规模,创下北京车展在规模上的历史新高,刷新了全球车展的规模纪录。

本届展会共展出展车1451辆,其中首发车181辆、概念车71辆,数量居全球车展前列,勾勒出全球汽车产业多元共生、创新引领的发展图景,已成为世界观察中国汽车产业发展、深化国际经贸合作与技术交流的重要窗口和高端平台。

展会现场人气爆棚,行业热度持续飙升,展会期间共吸引128万人次入场参观。值得关注的是,本届展会国际关注度空前高涨,共吸引海外观众6.5万人次。展会期间3.2万名媒体记者到场报道,其中海外媒体记者4125名,展会举办了219场新闻发布会。

此外,展会同期举办了50余场行业峰会、研讨会、行业交流和精准采购对接会等活动,构建“展览、会议、对接、交流”立体化产业生态,70余国驻华使领馆人员亲临现场,参观调研、组织活动,深化国际交流与经贸对接,进一步夯实北京车展作为全球汽车产业核心交流合作高地的地位。 张冰