

日前,共青团中央、中央网信办、国家发展改革委等部门联合印发《关于深化青年发展型城市建设 助力建设现代化人民城市的意见》,提出培育发展以青年群体创意供给和成长发展型消费为主要内涵的青春经济。

编者按

青春经济是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,包括但不限于潮玩文创类、兴趣圈层类、体验社交类、健康生活类、知识赋能类、数字娱乐类的经济活动。

近年来,宁夏顺应消费升级大势,精准迎合青年生活方式和消费偏好,积极培育青春经济新场景、新业态、新模式。青年特色业态蓬勃兴起,青年创业活力持续迸发,个性消费需求充分释放,为繁荣市场、提振内需、增添城市活力、助推经济转型注入源源不断的青春动能。



越来越多的年轻人选择轻创业。



游客挑选文创产品。

青春不设限 消费扬新风

本报记者 姜璐 徐琳 哈玲 李昊斌 马雨馨 文/图

AI学习班——

智趣青春 解锁成长新赛道

6月12日,家住银川市金凤区公安小区的27岁的张亦曦刚结束一天的工作回到家,便打开电脑,登录AI视频制作网页,调出剪辑工具,开始了一场与白天不同的“职业体验”——创作AI漫剧短视频。

“刚开始只想在业余时间赚点零花钱,学习了两个月,发现自己对AI制作越来越感兴趣。”张亦曦说,每天下班后学英语、学AI制作、学短视频剪辑,时间安排得满满当当。对她而言,这不仅是学一门手艺,更是一种“自我投资”。目前,她已经掌握了基本的制作技能,并在短视频平台成功发布了第一条AI漫剧短视频。

“其实,接触这个行业是因为表哥刘凯。”张亦曦说,“前年看到表哥在短视频平台上发AI漫剧,画面流畅、节奏紧凑,连配音都带着情绪张力,完全不像新手做的。我交了1900元报名费,开始系统学习。”

2024年,刘凯作出一个大胆的决定:辞去稳定工

作,全职投身AI短剧制作与宣发。

在很多人还对AI浪潮观望态度时,刘凯已经在这个赛道上闯出了一片天地。“现在收入稳定在每月2万元左右,最好的时候一个月挣了3.7万元。”刘凯说,通过短视频平台发布1分钟左右的AI漫剧短视频,以紧凑跌宕的剧情吸引用户停留,视频下方挂载推广链接,观众点击即可跳转,流量好的时候收入相当可观。

然而,这个赛道并非遍地黄金。刘凯介绍,他经历了漫长的内容试错、算法研究、流量博弈。“AI工具确实降低了创作门槛,但在激烈的内容竞争中脱颖而出,依然需要持续学习、快速迭代的能力。”刘凯说,现在他的4个微信群里涵盖了全国各地的AI短剧创作者,每天交流选题、测试模型、复盘数据,从来没有一劳永逸的爆款公式。

“短视频平台算法每天都在变,观众的口味也在不断刷新,我们必须保持高度的敏感度,现在我每天都在

关注哪里有学习班,适合自己的就立马报名。”刘凯坦言,深耕这个行业,发现技术只是起点,真正的决定因素是人对故事的理解力、对情绪的捕捉力,现在他每两个月都会自费报班学习叙事心理学与用户行为分析等课程,两年间已累计投入超3万元用于系统性学习,远超初期的创作设备投入。

刘凯提及的正是当下在年轻人中兴起的一种轻创业形态:通过学习AI工具与平台流量红利,将个人创意转化为可持续的副业收入。这种低门槛、轻资产、高弹性的变现方式,正吸引着大批年轻人“入局”——他们不满足于“一份工、一份薪”的单一模式,而是希望在数字经济的浪潮中,找到属于自己的“第二增长曲线”。

如今,越来越多像张亦曦、刘凯这样的年轻人,开始将时间和金钱投向“成长发展型消费”——学习新技能、培养新能力、开辟新赛道,既消费知识产品,又利用所学技能创造内容、产生价值。

租赁消费——

省钱有道 理性青春新主张

6月10日,随着2026览山音乐季演唱会渐近,银川市马琳滑动手机上的租赁页面,细致对比多款长焦外接镜头的参数、口碑与租赁价格,为即将到来的观演体验精心准备。不同于过去年轻人“追新机、拼设备”的消费惯性,今年她没有考虑更换高端手机,也没有购入专业拍摄器材,而是选择以租赁的方式低成本、高质量满足观演需求。

根据场馆观演规定,单反、微单等专业摄影设备严禁入场,普通手机变焦能力有限,远距离拍摄画面模糊,难以留住舞台精彩瞬间。在朋友推荐下,马琳了解到线上设备租赁服务,凭借“芝麻信用”即可免押金租借长焦增距镜,单日租金仅百元左右,用完打包寄回即可,流程便捷,几乎无负担。

“以往大家总觉得好设备必须‘买为已有’,但演唱会属于低频体验场景,高端手机和长焦配件动辄数千元,一年只用一两次,大部分时间闲置贬值,非常不划算。”马琳坦言,如今她的消费心态早已悄然改

变。比起盲目囤积物品、为短暂爱好支付高额成本,她更认可“按需使用、轻量消费”的生活方式。演唱会全程租赁设备仅需几百元,省下的资金可以投入到兴趣深耕、短途出行和自我提升上,让消费真正服务生活。

像马琳这样“不求拥有、但求所用”的年轻人越来越多,大家不再盲目追逐大牌、囤积物品,转而拥抱租赁消费新模式。从数码设备、服饰箱包到露营装备,以租代买、循环共享成为青春消费新选择,既减轻经济负担、丰富生活体验,又践行绿色环保理念。

家住银川市的“00后”大学生李沐阳是露营爱好者,每逢节假日总会约上同学结伴出游。全套专业帐篷、睡袋、折叠桌椅、营地灯、炊具等装备配齐至少上千元,对于只是偶尔出行的学生而言,很容易闲置浪费。现在每次出行前,他们都会在当地租赁店预订装备,一整套露营装备租赁下来约400元,用具完好干净,使用体验佳,完全能满足露营需求。“露营是我的爱好,但没

必要花钱买下整套装备,租赁性价比很高,活动结束后不用费心收纳打理,出行更轻松。”李沐阳说。

近两年,银川市西部世界户外装备租赁店订单量涨幅明显,订单90%都来源于年轻人。“以前年轻人喜欢跟风买全套装备,大多只用一两次就闲置落灰,十分浪费。现在大家消费观念越来越清醒,露营、团建都优先选择租赁。”工作人员苏亮说,年轻人不再执着“物品归属”,更看重体验价值,这种轻量、循环的消费方式,既适配青年消费水平,也让闲置资源高效流转,让青春消费更理性、更绿色。

真正的青春质感,从不靠物质堆砌,而源于清醒通透的生活选择。如今宁夏青年正在用租赁消费的新方式,挣脱盲目攀比的消费枷锁,在节俭与精致之间找到平衡。他们不拒绝美好、不放弃热爱,只是更懂得量力而行、物尽其用。让资源循环利用,让消费回归本心。这份清醒、从容与绿色的消费新风,正是当代青年最动人的生活新风貌。

潮流文创店——

设计青春 传承潮玩新表达

贺兰山岩画化作小巧胸针、鸣咽变身软萌盲盒、大漠骆驼成为精致挂件……一批扎根宁夏街巷的本土文创小店的产品已经悄然成为了全网热销、游客追捧的潮流好物。

6月16日,在银川市自强巷心疼滴宁夏文创馆内,几位年轻顾客挑选文创好物。

“高考结束正好来银川玩,做攻略看到银川自强巷拍照打卡很出片,这家店里的文创产品非常可爱也很有地域特色。”挑选伴手礼的游客李芳菲告诉记者,“我特意多选了几款玩偶和挂件,一部分自己留作旅行纪念,另一部分送给同学,当作毕业礼物。这份带着宁夏风土人情的文创礼物,更有专属意义和纪念价值。”

深耕本土文创赛道多年,心疼滴宁夏文创馆深度

挖掘宁夏特色,融合手绘插画、手工制作、潮玩盲盒、国潮配饰等多元形式,打造兼具观赏性、实用性、收藏性的文创产品。每一件产品都凝结青年创作者对家乡的理解,让传统文化与当代潮流审美双向适配,焕发全新活力。

“这种把本土文化做成年轻人喜欢的潮玩,把家乡故事装进小小文创产品里的创业方式,是我们一直坚持的初心。”“心疼滴”宁夏文创馆负责人王聪说,“我们做宁夏本土文创,不只是开一家小店、卖几件产品,还希望把宁夏的文化、故事带到更多地方。”目前,“心疼滴”品牌已落地银川自强巷店、江南水乡店、中卫店等多家线下门店。

作为一名本土文创创新的亲历者与推动者,“心疼滴”宁夏文创馆自强巷店店长徐慧慧向记者分享了一则

喜讯——5月22日,在2026中国旅游商品大赛(城市礼物创意设计主题)颁奖典礼上,店内爆款“心疼滴·贺兰山灵迹——萌物毛绒盲盒”斩获铜牌。徐慧慧难掩自豪:“这款产品让历史文化变成年轻人喜爱、易传播、可收藏的潮玩。拿到铜牌的时候,我们整个团队都特别激动,这说明宁夏文创的创意和品质得到了认可。”

依托优质文创IP与品牌口碑,门店线下经营态势持续向好。徐慧慧介绍,节假日期间门店人气火爆,日均客流量稳定在二三百人次,日均消费额可达2000元左右,“我们店里消费群体以青年学生和外地年轻游客为主,冰箱贴、特色挂件、玩偶这些极具宁夏特色的产品,小巧精致、价格亲民,适配旅行纪念、日常收藏、毕业赠礼等多种场景。”

“在沙漠里徒步两天,手机信号断断续续,内心反倒收获了难得的平静。”6月11日,来自太原的“00后”游客张思静向记者介绍。不久前,她和朋友组成的“青春无售价”小分队,完成了一次全程52公里的沙漠穿越徒步挑战。谈起这段经历,她言语间满是回味和热情。

近期,像张思静一样奔赴沙漠徒步的青年游客络绎不绝,带火的不仅是户外运动本身,更催生出一条活力十足的青春经济消费链。

“现在的年轻人来沙漠,不光是为了‘到此一游’,主要是为了‘在这里经历点什么’。”臻程智旅(宁夏)旅游有限公司户外穿越项目负责人告诉记者,他所在团队推出针对年轻客群的“轻装沙漠穿越”线路,报名者中18岁至30岁的青年人超过七成,大学生群体最为活跃。

记者浏览各大线上团购平台发现,多家户外运营团队对徒步全流程服务进行了精细化升级优化:配备越野应急车和随队队医,不搞“保姆式”服务,但给足安全感;保障车全程免费提供路餐和饮水补给,赠送防沙鞋套、冰袖等装备、提供露营地帐篷和天幕,切实减轻行囊负担;安排烟花表演、室内K歌、篝火晚会,全程航拍跟拍,行程结束后赠送纪念奖牌和沙瓶纪念,参与感和仪式感拉满……

年轻人喜欢挑战,但他们更在意的是挑战后的成就感。这种“痛并快乐着”的体验,恰好踩中了青春经济的核心节拍——既要满足年轻人吃喝玩乐的需求,更要满足他们成长发展的内在渴望。

而沙漠徒步的火爆,其经济效应远不止于户外行业本身。顺着年轻人的消费轨迹往下看,银川火车站周边的酒店、餐饮、洗浴场馆等配套业态,也借着这股沙漠徒步热潮迎来客流与营收双增长,成为产业链中的“隐形赢家”。

“徒步结束回到市区,带着满身的尘土和疲惫,第一件事是找个地方好好休息一番。”张思静坦言,三天两夜的沙漠行程,对于追求体验感的年轻人而言,一场酣畅淋漓的热水澡、一次舒筋活骨的搓背,是旅途收尾必不可少的“犒劳”。

紧邻银川火车站的乐沐大澡堂,凭借优越的地理位置,被众多沙漠徒步爱好者戏称为“徒步最后一站”。乐沐大澡堂前台负责人告诉记者,自今年开春以来,每逢周末和小长假,店里背着大登山包、手持登山杖的年轻面孔明显增多,“很多人结束徒步后到店选择过夜套餐,洗浴、汗蒸加休息大厅,第二天神清气爽地坐高铁返程。”

从大漠深处的徒步挑战,到城市枢纽休憩放松的休闲消费,一条由青年群体主导、从户外体验到配套服务的消费链条正在形成。这背后,折射出当下年轻人消费观的转变。正如张思静在朋友圈写下的感言:“穿行茫茫沙海,终于寻得属于自己的生活节奏。”



“心疼滴”宁夏文创馆的爆款骆驼发盲盒。

记者手记

青春的表达,是多元立体的。青春的内核,是永不停歇的探索欲。新一代年轻人不愿被单一的人生路径框定,他们保持着对未知领域的好奇,主动拥抱时代变革带来的机遇,不惧跨界尝试,不纠结前路未知,始终以开放的心态接纳新知、锤炼本领。在他们眼中,人生是一片可以肆意驰骋的旷野,每一次主动迈步,都是为了遇见更丰富的自己。

面对物质世界,他们拥有清醒的精神内核。摒弃攀比心态,重新解读消费与生活的关系。明白生活的幸福感,从不依附于外物的堆砌,真正的精致,源于内心的丰盈与取舍的智慧。

他们既是潮流的追随者,也是文化的传承人。心怀故土,眼望潮流。新生代以年轻视角挖掘本土底蕴,让沉淀的岁月风物走出小众圈层,融入日常潮流,让乡土情怀以鲜活姿态流淌生长。

同时,他们也格外懂得与生活相处。主动走出城市空间,奔赴自然、拥抱旷野,在行走中释放压力、安顿内心,向往挑战,也懂得犒劳自我;追逐自由,亦坚守内心节奏。在动静之间收放自如,在奔波与休憩中找到平衡,活出张弛有度的人生状态。

敢闯、清醒、热忱、从容……青春本就无定式,不必循规蹈矩。愿每一份热烈的青春,都循着心之所向自在生长,以独有的态度尽情绽放。

尽情绽放吧！青春

本报记者 徐琳

天上不会掉馅饼 一夜暴富是陷阱



自治区党委金融办 自治区防非打非办



宁夏防非打非办微信公众号
举报电话:0951-6363430