



上海青年文化 消费研究

项目背景

中欧 - 瑞安全球品牌战略与时尚产业研究基金 X 青年志双方联合，期待聚焦 95-00 后年轻一代群体，重新理解疫情后他们所向往的“上海城市精神”，开放探索文化消费体验新趋势。基于此，共同探讨打造上海文化目的地的可能性，助力城市活力的注入。

WHY NOW

步入疫情常态化的第三年，“不确定性”、“风险社会”成为每一个个体能够鲜活感知的词汇，而在这过程中，年轻人的生活方式、表达方式和社交方式都在重塑。

WHY YOUTH

聚焦文化和消费上既有前沿观念和行动的年轻群体，和疫情对于当代年轻一代价值观念、城市认同变化。同时，对于自小浸润在高度丰富和多元的文化消费之中的一代，疫情后如何影响他们的文化消费选择值得关注。

WHY US

中欧 - 瑞安全球品牌战略与时尚产业研究基金通过将学院的优质学术资源与瑞安的优势产业资源有效融合，以学术研究为核心，开发案例为重点，并结合定制课程、论坛等多种形式的活动，充分连接各方品牌、企业和平台资源，共同致力于全面深入地研究中国市场，挖掘国际品牌发展过程中的成功经验，助力本土品牌提升核心竞争力，增强产业间对话交流，从而期待能够为上海成为一座拥有更广泛国际影响力的魅力之城凝聚智力，为全球品牌的繁荣发展献智出力。

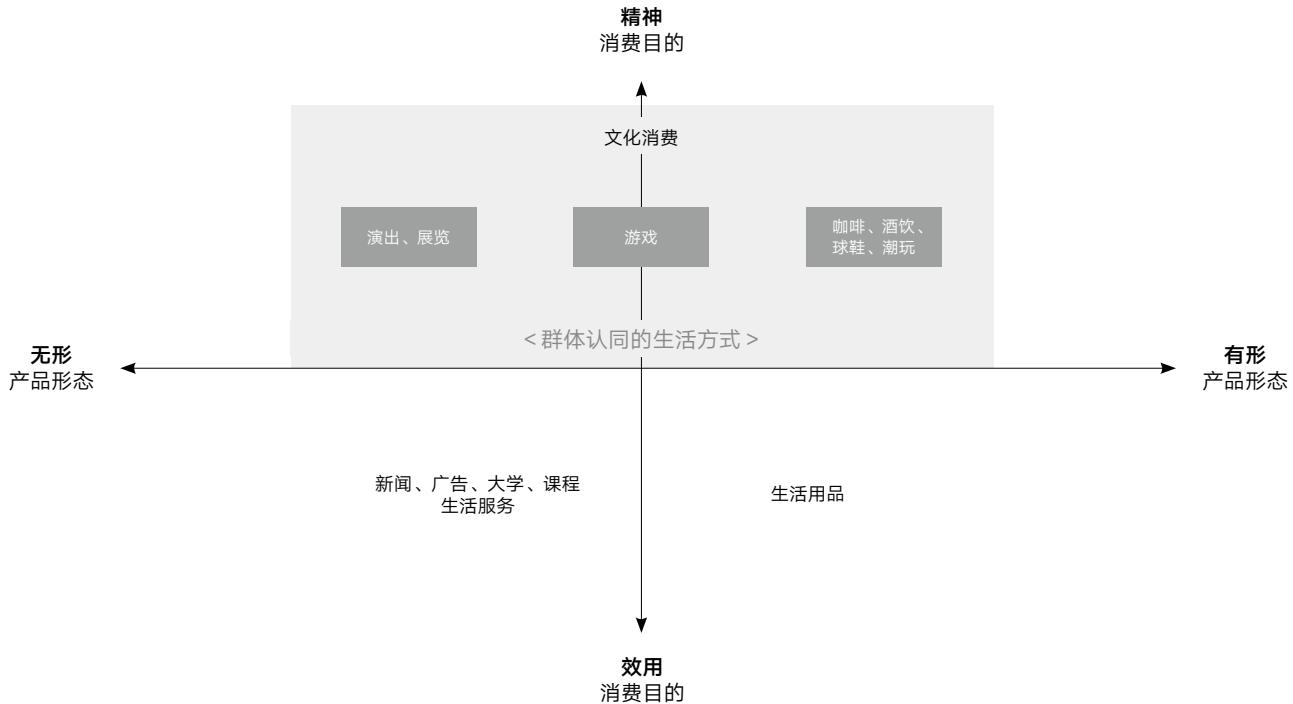
青年志以社会学和人类学为根基，专注中国年轻人（15-35岁），以“年轻人驱动改变”为愿景，联结青年趋势与商业创新，帮助品牌融入青年、洞察趋势、创新策略与行动，与青年一起创造未来。

研究课题的 定义与框架

(1) 文化消费的定义:

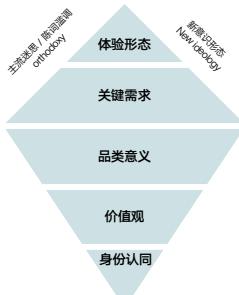
文化消费是通过有形或无形的产品形态来满足人们精神需求的
一种消费，并且符合某个群体所共同认同的生活方式。

* 该文化消费模型版权归属中欧 - 瑞安全球品牌战略与时尚产业研究基金所有



研究框架

1. 冰山模型：本研究将通过冰山模型，系统探索后疫情时代的文化消费新可能。



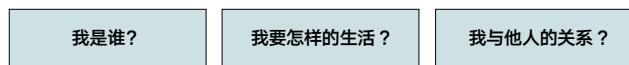
本次研究的主要内容
新一代年轻人的文化消费新趋势
后疫情时代文化消费消费的新意义
后疫情时代年轻人的焦虑向往
后疫情时代年轻人意识形态变化

——社会变迁——→

© 冰山模型，版权归北京青年志市场营销咨询有限公司所有

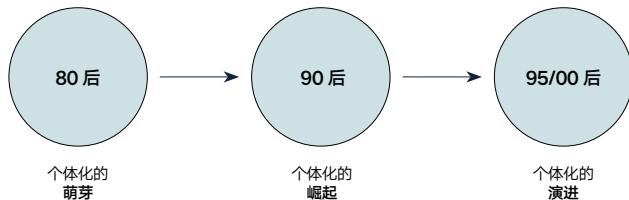
2. 个体化理论：本研究将通过个体化理论，结合青年志持续追踪的不同代际个体化演进过程，深挖后疫情时代上海年轻人的价值观变化。

每个个体需要处理的三个问题



青年志持续追踪不同代际间的个体化演进过程

一直以来，青年志持续以“个体化”的视角观测中国的年轻人文化
80 → 90 → 95/00 是完整的个体化演进过程



目录

我们这代人： 当代年轻人是一群怎样的人？	6
我是上海人： 年轻人爱着的上海精神是什么？	10
做个有文化的人： 上海年轻人喜欢怎样的文化消费体验？	21
过上完美的一天： 年轻人向往的文化目的地是怎样的？	32
现在就去外面走一走： 年轻人推荐哪些城市文化体验路线？	37

我们这代人：
当代年轻人是一群
怎样的人？

ERA OF UNCERTAINTY

在全球的现代在全球的现代化进程中，
中国虽为后发现代化国家，
全球化的“中国速度”使个体选择和发展的空间激增，
快进了中国年轻人的个体化进程。

持续疫情中的宏观大环境

当代年轻人成长在“不确定性”的时代 (Era of uncertainty)。疫情，只是一剂强效显影剂，使“不确定性”从时代底色迅速发展成了每个人都无法回避的生活现实。

1. 社会和个体系统的不确定性都越来越明显地暴露出来，体现在人生的方方面面——大到职业选择、家庭决策，小到休闲、消费和社交选择。
2. 年轻人越来越清晰地认知到，进步叙事和优绩主义的巨大局限性，个体的挑战必须放到社会系统中看，才能理解当下，去寻找自己独特的人生解法。

整体年轻人的焦虑

我是谁？

**对人生缺乏意义感：
出路有待明确，系统性
问题待完善**

圈子决定未来、努力就有收获的
职业路径发展范式在疫情后沦为
泡影，年轻人缺乏参照系

工作的系统性问题凸显，高教育
背景的年轻人率先开始思考工作
与人生的价值意义

我要怎样的生活？

**对生活失去掌控感：
日常秩序待重建，持续
观测机遇与风险**

不知何时到来的疫情封控加剧了
工作生活的不确定性，年轻人无
法规避

未来的风险未知，机遇难测，年
轻人在物质和心理上都需要做好
迎接未来生活的准备

我与他人的关系？

**对关系缺少归属感：
观点缺乏被理解，灵魂
缺少深度共鸣**

不稳定的时代加剧了不同生活、
教育背景、价值取向的年轻人在
面对社会议题时的冲突碰撞

而即便深入到兴趣圈层，年轻人
也越来越难以与他人达成爱好以
外的话题与灵魂的契合

年轻人的向往

重塑防范能力

今天人们无法一直追求更多更新更好更强了，
她们转而内省，找寻能给自己带来温暖和意义的事物，
并装备更多防范风险、保护美好事物的能力。

重新布局资源

红利期消费升级，人们的欲望越来越膨胀，
今天他们要重整自有资源，理解自己反思欲望，
学习将有限的资源投向最在乎的事情上，重获平衡。

我是谁？

过去
信奉单一成功观
研究比内卷更卷的竞争办法

现在
探索多元价值观
学习能更好应对变化、
感受自我的知识

我要怎样的生活？

过去
迷恋阶层与身份标签
追逐花式体验

现在
反思考“非必要”消费理念
回归本真生活

我与他人的关系？

过去
渴望深度共振
精准匹配圈内同好

现在
寻找小的契合点
用轻松好玩的方式获得高质量相处

“我是上海人”
年轻人爱着的上海精神
是什么？

年轻人选择城市的逻辑

高度个体化的当代年轻人，认定一座城市并不仅是抓住资源机遇，而是对于“什么生活值得过”的整体回答——城市，是一个身份认同、一套生活方式和一种群体氛围。



北京
有中华文化底蕴的胡同生活



成都
休闲松弛的都市慢生活



大理
高自由度的流动游牧生活



广州
本土氛围浓厚的市井生活

我在一个国企工作，上班和下班的生活很不相同，晚上或者周末我喜欢看live，喜欢运动，最近还挺喜欢攀岩的，平时也会接触一些亚逼风格的时尚，我们公司里的一个领导，下班会去酒吧调酒。上海有各种各样的活动去承载这些爱好，也能够包容多元的生活方式。

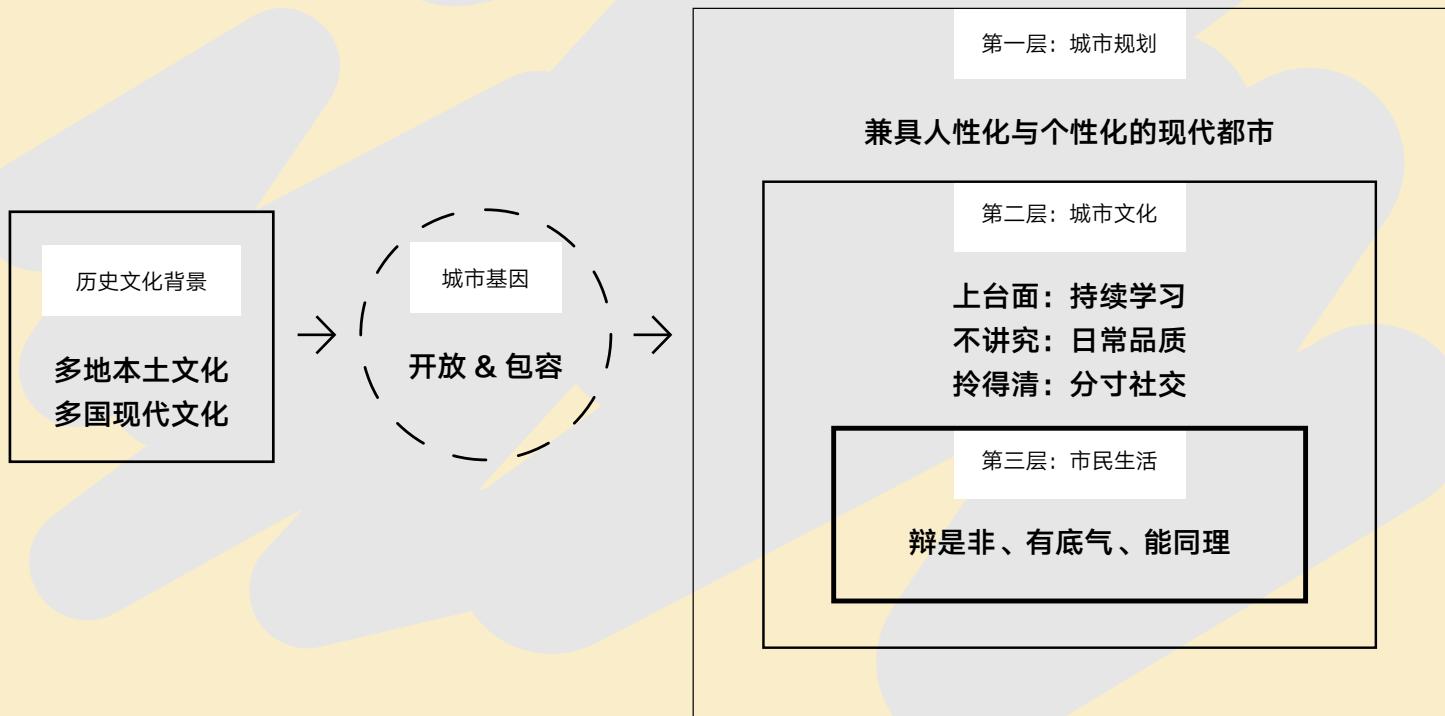
——女，91年，音乐现场爱好者

我这种二线城市的学生当年选大学很想来上海，看看大城市是什么样子。但这几年学弟学妹对城市的线级没有那么大的执念了，相比北上广，他们更愿意去一个待得舒服、生活适合自己的城市，成都、广州就很不错。我身边的大家也不再以城市地理位置为最主要的选择因素，更多在乎自己感兴趣的生活。

——男，98年，酒文化爱好者

上海的城市精神构成

对上海这座城市来说，在多地、多国文化的历史文化背景下形成了开放包容的城市基因，并将这种基因透过城市规划、城市文化、市民文化体现出来。



年轻人想要的上海市民生活

对年轻人来说，上海这座城市，从环境到氛围到人群，都能支持他们自在地以自己想要的方式过每一天的生活，做辨是非、有底气、能同理的人。

我是谁？

“辨是非”

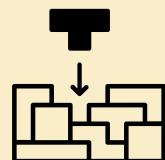
会反思大格局的思想



我要怎样的生活？

“有底气”

能掌控更懂行的经历



我与他人的关系？

“能同理”

能同理享多元的关系



我是谁？

上海的城市文化

“上台面” 爱学习更宽广的视野

追求精致讲究的生活品质，
尽情享受生活美好，也向他人展现体面

要求有里有面，既在吃穿用度上注重细节、讲究精致，又要彰显
内在的审美情趣与仪态风度，追求不将就的体面生活。



疫情期间团购鲜花和咖啡豆



精致穿搭的老克勒与上海阿姨

这里承载着更多的与外国交流的机会、更多的国外品牌 / 活动 / 展览落地、
更多的国际友人。上海是独一无二的，比如一些国外的品牌想要入驻中
国开第一家店，或者一直不断有网红店出现，更容易接受和包容新的事物，
尝试不同的生活方式，是中国所有城市中最国际化的，最贴近国外生活。

——男，97年

年轻人想要的上海精神气质

“辨是非” 会反思大格局的思想

多元视角，独立思考，辩证理解系统性问题

进行系统学习与理解多元视角、培养问题意识，掌握辩证反思的
能力，保护个人与群体权益。



以多种形式参与公共议题讨论



消费各行各业泛知识“严肃”内容

我会逼自己为知识付费，去读一些不是自己领域的书。我的高中老师要
求我们不要做一个 Knowledgeable 的人，而是做一个 Cultural 的人。体
现在你的工作、学习专业，包括阶层，不一定要精通但一定要知道了解，
这样当你跟其他人交流时不会完全不懂，只有储备一定的知识，才能了
解不同人的思维，更灵活地处事。

——男，02年，艺术展览爱好者

挑战 1： 突破个人思维局限

上海相对其他城市有着最先接触国内外的优质信息、观点的机会，年轻人也更容易受多元视角的启发，最先开始形成问题意识，并从自身利益出发，开始进行基于群体利益的系统性观察、分析与思考。

但年轻人发现现实世界比想象中更加复杂，有太多史无前例的问题亟待被发现、被理解与被解决。当个人处理速度赶不上问题出现速度时，达成自我的内心和解将成为新的一个大主题。

商业品牌与组织的新机会

如何帮助年轻人真正跳出日常思维范式，换个视角看待世界？

如何帮助年轻人看待世界的视角中立全面，既不偏不倚、也不以偏概全？

如何帮助年轻人理性表达自己对世界的观点看法，既不妨碍他人，也不给他们自己带来伤害？

当年轻人已经开始辩证看待世界、但却对现状无力改变时，如何帮助他们达成与自我、与世界的和解？

我要怎样的
生活？

上海的城市文化

“不将就”

懂享受有品质的日常

追求精致讲究的生活品质，
尽情享受生活美好，也向他人展现体面

要求有里有面，既在吃穿用度上注重细节、讲究精致，又要彰显
内在的审美情趣与仪态风度，追求不将就的体面生活。



疫情期间团购鲜花和咖啡豆



精致穿搭的老克勒与上海阿姨

北京年轻人的生活方式上不是精致、美丽，而是要“牛逼”、厉害。比如在 swing 社群里，北京舞者总是穿着朴素的 T 恤，在舞池里跳最丑但最有意思的动作；而上海舞者最在乎的是穿的美丽，跳得优雅，今天的复古发型怎么样，穿搭是不是一个色系的。

——女，95 年

年轻人想要的上海精神气质

“有底气”

能掌控更懂得的经历

量力而行地探索理想生活路径，
不屈服于竞争压力，也不拘泥于外界看法

明确自己的能力底线，学习无用知识，尝试全套生活方式，最终
探索出适合自己的解决方案，自控生活节奏。



尝试提升工作的时间空间灵活性



学习能够感知日常的无用知识

我有一个朋友特喜欢手冲咖啡。有一次我们去野营，天特别热，但她还是坚持带了一个咖啡壶。她会很在意这一套模式，仪式要走完。我觉得这就是我理解的褒义的“讲究”，是为了更舒适的生活而做所有的规划。这是很上海式的，目的不是说给别人听的。

——女，91 年，音乐现场爱好者

挑战 2： 对抗消费主义裹挟

多元的上海为年轻人提供了更多“值得过的好生活”的示例，年轻人有更多机会在不同的生活方式间横跳，去探索、发现、接触、了解、创造自己当下和未来的理想生活。

但年轻人开始反思，多样品质生活的选择是否是消费主义的体现。

年轻人持续探索如何让理想生活更加可持续，让当下和未来都更有保障。

商业品牌与组织的新机会

如何帮助年轻人发现真正值得过的新生活方式？

如何在为年轻人提供优质生活方式的同时，恰到好处地提醒 ta 们，以免掉入消费主义的陷阱？

在大同小异的生活方式里，如何帮助年轻人找到真的适合他们自己的那一种？

如何帮助年轻人内化、创造专属于自己的生活准则，使得当下和未来生活都有保障？

我与他人的关系？

上海的城市文化

“拎得清” 守规矩有分寸的相处

遵守规矩，保有一定社交距离

尊重既定标准，按照规则办事，在“保持边界”的处世哲学下察言观色、识相知趣地保持着亲疏分明、恰到好处的关系。



界限分明的弄堂私有空间规划



有来有往回应帮助，不欠人情

在国外的时候和舍友同住，东北室友很热情，一开始会被她的热情感染，但还是希望有独处的空间，合用冰箱我也会希望有自己的一格。对上海人来说这是一种默契和公认的方式。上海人不是冷漠而是保持适当的社交距离，会更多观察，注重隐私，不过分干涉他人生活。

——女，98年，展览文创爱好者

年轻人想要的上海精神气质

“能同理” 能同理享多元的关系

走出同温层，同情同理他人，看到生活更多面的真相，真诚关爱他人，传递热力，收获意义

因为理解对方处境而尊重大不同的价值选择，与多元人群和谐共存、相互启发、构建信任关系，在复杂里感受活力放松。



不分阶层身份的“城市客厅”酒馆



融合不同审美风格的艺术集市

平时穿裤衩、人字拖去喝酒也会遇到住在附近的大爷大妈，刚遛完狗把狗放吧台，自己就去喝酒了；本来是上级领导的人也会来跟我们一起喝酒，聊自己生活里遇到的各种破事。年龄、工作、职位都在这里稀释掉了，宽容度很高，不会有明确的界限，没有任何抵触或者觉得不应该，就像澡堂里脱光了都一样，没人会 judge 谁，氛围很自由。

——男，98年，酒文化爱好者

挑战 3： 缺乏“双向奔赴”的信心

与其他城市相比，上海的社会环境、文化环境更为多元，年轻人也有着更强的意愿和更多的机会跳出社交舒适区，去和持不同价值观、拥有不同生活方式的人群共处，以此看到更真实的世界。

但年轻人发现与他人建立联系不仅需要个人主动性，还需要学习沟通技巧与系统方式方法。如何确保双方都拥有基于理解的信任感，在世界的参差多态中感受温暖和启发，年轻人仍在持续探索中。

商业品牌与组织的新机会

当我想要和其他人接触时，有什么方法可以让我们自然地开启话题、获得新的启发？

当我还没有完全做好与他人接触的准备时，有什么方法能让我们在同一空间自然相处、不尴尬？

当我想要和其他人建立联系时，如何确保对方能够不误解我、理解我的真实用意？

当我和其他人有不一致的看法时，如何真正理解对方，避免冲突、和谐共处？

文化消费体验的底层价值

文化消费满足的是，比物质消费更高层次的精神需要，因此它有可能是弥足珍贵的，低成本、低门槛、少风险的“人生修习场”，年轻人们通过长期的体验能够逐渐获得清醒的心智、思辨的能力，和同理的意识，助力他们打造理想中的城市精神。

文化消费是“人生修习场”

低门槛

不需要专业的技术门槛

低成本

不需要花大价钱购买

少风险

不需要担心破坏关系

能够给年轻人带来

打破固定范式的

视角转换

超越物质满足的

精神愉悦

突破同温圈子的

真实放大

打造理想
城市精神
新努力方向

能够帮助突破个人思维局限的
思辨的能力

能够帮助对抗消费主义裹挟的
清醒的心智

能够帮助获得“双向奔赴”信心的
同理的意识

做个有文化的人： 上海年轻人喜欢怎样的 文化消费体验？

纵观上海文化消费体验，
更有三大值得关注的趋势性需求。
分别能够让年轻人在其中感受
视角转换、精神愉悦、圈子放大。

有收获



学习拓展
思想启发 | 系统知识

▼
打破固定范式的
视角转换

深体验



感官升级
五感沉浸 | 审美愉悦

▼
超越物质满足的
精神愉悦

真感受



自在感受
真实感知 | 轻松联结

▼
突破同温圈子的
真实放大

借助引导，主动探索有深度、成系统的知识，在休闲欣赏中获得启发，引起自身思考。

1. 思想启发

通过引导，启发人们主动探索未知领域的新内容与新知识。
年轻人想要的未必是没有听过的新知识，也有可能是新的视角。
相关品类：戏剧演出、展览文创、酒文化



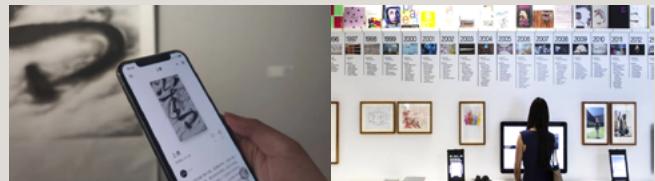
亲自上手，实践中理解文化评估标准

参加过一个咖啡品鉴会，主办方会提供一个表格让你自己试着打分，一边品尝一边理解国际评分标准中每一条意味着什么。也会有一些专业知识分享，能给你讲明白为什么好坏，真正进阶地了解背后的文化。

—— 福建，男，98，酒文化爱好者

2. 系统知识

提供给年轻人了解单个知识点背后的文化谱系的机会。
年轻人喜欢的不是手把手教学与填鸭式教育，而是要给人们留出一定的自我探索的空间。
相关品类：戏剧演出、展览文创、酒文化



顺藤摸瓜，由一件作品了解更多知识

期待后现代作品的展示把借鉴了什么、语境是什么告诉观者，大家感兴趣的话会有更多自己探索的空间，不是单纯听，还有思考，顺着这个作品去了解被借鉴的人和事，不是你喂我吃，而是你 inspire 我，慢慢去了解更多专业的内容。

—— Bobo，男，02 年，艺术展览爱好者

1. 思想启发

展览

PSA 青策计划与青年策展人一起思考展览

上海当代艺术博物馆每年筛选青年策展人推出实践式展览。参与者可以通过反馈单为展览打分，站在策展人角度理解作品、动线、主题之间的关系。



酒文化

Wine Universe · 盲品游戏

参与者盲品三款不同葡萄酒，在国家、产区、品种答对两项可继续挑战，结束后试酒师会介绍色泽、酸度、酒体差异，让参与者在未知中探索新口味，直观理解不同元素为最终风味带来的影响。



2. 系统知识

戏剧

“戏剧部落”当代原创戏剧读本会

参与者带入剧本角色，与引读人和同伴互动，从角色深入思考剧作整体的叙事节奏、结构设计、观念主题上的推敲，理解当代剧作背后的创作思路。



咖啡文化

Ginger Coffee 学习咖啡品鉴维度

开设咖啡品鉴会，为每位参与者提供提前准备好的咖啡评分手册。参与者可通过直观品尝感受「好咖啡」的不同品鉴维度。



现场环境升级，通过科技与艺术融合获得更沉浸、冲击的感官刺激，刷新感受阈值。

1. 五感沉浸

借用先进的声光电气等装置，打造全面立体、有科技感的现场环境布置、互动体验。

年轻人期待的技术的呈现是有参与感、与内容更深度融合的，而不是只是为了夸张炫目。

相关品类：音乐现场、戏剧演出、展览文创、酒文化



艺术家 + 观众参与，声光电实时互动

去年多媒体工作室和电子音乐人联合办了一个光点艺术节，表演间歇可以通过二维码用手机和现场 VJ 互动，把你播放的音乐和其他人的融合到一起，组成新的音乐，或者是把你输入的东西和台上的 VJ 联动，变成现场视觉的一部分，参与感爆炸。

—— 框框，女，94，音乐现场爱好者

2. 审美愉悦

通过提升审美设计，或与其他领域跨界结合，在环境中融入更多的艺术性。

年轻人期待的不仅仅是单个元素或符号的挪用，而是有成套风格体系的。

相关品类：音乐现场、戏剧演出、展览文创、酒文化



环绕式小剧场，多视角体验

山眠剧场的座位围绕着舞台，因为舞台小，离演员近到能看到他们的微表情，也能全局看到其他人的表演。古代和现代篇章做了不同的舞台设计，一个位置一个故事，宫阙区适合看王、落叶区适合看将的叙述。每次给你强调的东西都不同，不断被新的内容震撼到。

—— 奕凡，女，00，戏剧演出爱好者

1. 五感沉浸

展览

ABI 命运的缺席，叙事交互式展览

数字艺术投影、雕塑装置组成游戏空间，观众作为剧本中的一员，与现场 NPC 和艺术装置互动，触发不同故事线，在情节中感受不同媒介的艺术。



酒文化

Abri 防空洞酒吧 X 剧本杀

伦敦复古气质地下防空洞主题酒吧，联合剧本杀组织‘剧本社’推出在店剧本杀服务，将酒饮直接作为剧本杀道具，收获多重体验。



2. 审美愉悦

音乐

朱婧汐 X 大悲宇宙，音乐艺术融合展示未来主义

电子音乐赛博歌姬，联合数字艺术家，打造 AI 式迷幻音乐、数字生成多媒体艺术、算法互动声光电装置，共同打造超越现实、赛博朋克美学的音乐现场。



酒文化

蟲 · 拥有虚拟天幕的 Club

中心吧台处的屋顶设计成巨大的仿真天幕，配合微弱灯笼光、荧光电缆、桌面与天空呼应的光效，将封闭的室内模拟成开放式赛博街头酒吧。



强调肉身在场，感受真实生活与人气，让体验过程更加轻松无压力，疗愈身体与精神。

1. 真实感知

或在线下文化消费场景中融入更多现实生活中的元素，或将文化消费场景搬至现实生活中。

年轻人期待的感知是真实而非再造的，要与场景自然结合不违和。

相关品类：音乐现场、展览文创、酒文化



可近可远，保持舒适距离感知真实质感

不太喜欢去演唱会那种每个人都坐在自己位置上的。在 Livehouse 想社交可以站在吧台附近，想看演出的人就站在前排，不同社交属性有自己的空间。不一定会跟身边人有交流，但可以一起靠在墙上喝喝酒，和大家一起甩甩头，身边的人都很真实，虽然不交流但彼此之间是有连接的。

—— 寒非，女，93，音乐现场爱好者

2. 轻松联结

能够通过巧妙的场地设置使不同生活方式、不同价值观的人群共处同一个空间。

年轻人期待的轻松联结是要有他人在场、弱目的性的，但不一定需要与他人交流。

相关品类：音乐现场、展览文创、酒文化



以乐器为媒介，陌生人一起享受音乐

疫情后去公园看到有人在玩手碟，我不了解也不认识，但我们都感兴趣音乐，那天晚上就一起办了一个祈雨仪式。乐器提供了一种交流的介质，只要对方愿意接纳我们一起玩，就可以打开话匣子，成为认识彼此的一个突破点，聊聊感兴趣的东西，不会有心理上的负担，自然而然就发生了，很自由很轻松。

—— 格格，女，93，音乐现场爱好者

1. 真实感受

戏剧

武康路 19 号，线上线下结合的实景戏剧

观众一边戴着耳机听剧情，一边和身着复古服装的演员走在武康路上，真实的风景与古建成为戏剧的一部分，让观众在实景中身临其境感受剧中故事。



酒文化

@Home 有烤红薯的小酒馆

冬日在店门口设置暖炉与烤红薯，二楼阁楼投屏播放电影，模拟营造如家庭般温暖舒适、随性自在的氛围与真实感。



2. 轻松联结

音乐

静安公园，氛围轻松的户外音乐节

没有入场要求和固定坐席，来逛公园、野餐、遛狗的人都可以因为音乐吸引，与陌生人一起围绕舞台，在草地上席地而坐，享受轻松时光。



酒文化

WAT 回旋鸡尾酒研究所

站立式回旋自助酒吧，可自取混搭酒饮，氛围轻松。能够放进口袋的小瓶包装掀起贴纸后内含筛子点数，可以成为与朋友社交互动的道具。



总的来说，上海的年轻人期待通过文化消费体验获得沉浸的新鲜刺激、多元的信息输入、真实的互动细节。要打造年轻人喜欢的文化消费体验，可与年轻人关注的热门话题做结合，进行内容与形式方向的新演绎。

多元的信息输入

沉浸的新鲜刺激

真实的互动细节

有收获

深体验

真感受



文化消费的「在地文化」新应用

近年来，本土文化、在地文化也逐渐成为年轻人受欢迎的重要话题，渗透在年轻人物质与文化消费生活的方方面面。



物质消费 · 食品饮料 #
推广各地地方美食的新式现制茶饮



文化消费 · 音乐 #
植根广州在地文化的方言音乐组合五条人



物质消费 · 时尚潮流 #
抽象各地文化精神为元素的服装设计中国李宁



文化消费 · 游戏 #
以本土酒桌文化为主题的桌游《沙东酒桌》

对年轻人来说，这些关于「地方」的实践创作，
拓宽了「地方」的边界，增加了「地方」与个体的连接，
同样能为他们带来新收获、深体验、真感受，
是文化消费体验的一大新的主题。

新主题：本土文化 & 在地文化

地方故事

生活场景

人群氛围

有收获

深体验

真感受

过上完美的一天： 年轻人向往的 文化目的地是怎样的？

年轻人眼中的文化目的地

总体而言，年轻人喜欢的“目的地”要能给他们带来有收获感的好时光，是能够为他们提供一站式多重体验的场所。

其中既包含他们尤其看重的文化消费体验，也需要物质消费体验与日常休闲空间。

初次到访

更长停留

多次到访

基础要求

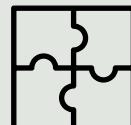
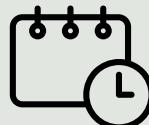
中阶要求

高阶要求

高质量、
高频的文化内容活动

能激发探索欲的商业配套，
能和文化体验配合更佳

商业、文化和人群的
多元融合



基础要求 · 吸引年轻人初次到访

高质量、高频的文化内容活动

“原汁原味”的国际一流文化内容

疫情前，“好”的文化活动是在上海可以享受到在国外有知名度的经典、优质文化作品，这依旧是目前年轻人期待的重磅内容。



沉浸式戏剧

上海版 Sleep No More

原版人马打造，风靡纽约、伦敦的鼻祖级沉浸式戏剧



法国美术馆联合展

《时间的形态》

西岸与蓬皮杜中心合作，展出法国国宝级艺术作品

制作水平在线，且有背书的国内原创作品

受到疫情影响，在国外优质作品引进有难度的当下，年轻人也乐于见到本土原创作品的出现，但在质量参差不齐的情况下，年轻人需要更为专业的背书，才会尝试。



历史谍战舞剧

永不消逝的电波

上海歌舞团国家级演员排演，获中宣部颁发奖项



流行室内合唱

上海彩虹室内合唱团

核心成员上音科班出身，登上央视、各大卫视晚会

中阶要求 · 吸引年轻人更长停留

能激发探索欲的商业配套，能和文化体验配合更佳

以文化活动为核心目的，
展开对于周边区域的探索

年轻人期待的文化目的地是一站式、多功能的复合型场所，可供在线下文化体验之余，有更多可探索的空间。



安福大厅

与独立画廊、创意咖啡等宝藏小店毗邻的音乐基地



TX 淮海

潮流音乐节、时尚展览、品牌首店集合的策展式商场

不是千篇一律的商业品牌，
而是因地制宜的品牌文化线下空间

即使是在文化目的地上的大众或连锁品牌，年轻消费者也期待不是千篇一律的店面“复制”，而是根据城市、区域或是有主题的线下商业空间体验。



Prada 荣宅

让百年洋房重生，讲述当代奢侈文化的品牌空间



Gentle Monster

艺术主题下，一半装置一半时尚商品的展览式零售

高阶要求 · 吸引年轻人多次到访

商业、文化和人群的多元融合

融入日常的艺术

一整个区域呈现出“文化感”是一种复合型的高阶要求，消费者期待艺术不仅是可欣赏可学习的，更希望在“文化目的地”能够在不经意间看见、体会融入进生活的艺术。



现所

潮牌、买手店、平面工作室入驻，空间自由定义，把店铺本身设计成展览



新华路社区营造中心

开在本土空间里的共创中心，组织音乐会、艺术市集，展示居民艺术创作

阶层融合的人群氛围

一个区域的活力是由不同的人共筑的，这也是多样文化共存的基础，作为一个城市的文化活力中心，年轻人理想中的“文化目的地”应该和城市精神一样，是多元融合的。



愚园路

有奢侈买手店也有居民区酒馆，不同年龄、文化圈子的人都有一席之地



西岸·徐汇滨江道

家庭朋友出行皆宜：户外运动、遛狗、野餐、看展一应俱全

通过上海城市主题地图，将年轻人期待的文化目的地具像化。

回应年轻人在生活、社交上的向往，为上海年轻人提供触手可及的解决方案

在上海走一走： 爱上海的年轻人推荐哪些 城市文化体验路线？

主题地图共创 - 手作地图产出

主题 01: 上海也能穷开心

发起人：



宝珠

路边 Silent Disco Party 组织者
音乐现场爱好者



小辉

FLOW 市场部
开 FUN 美食社群主理人

主题阐释：一个衣食住行都极具风格的上海

多元的上海源源不断地带给年轻人丰富、有品质的生活体验，也因此难免被贴上“消费主义”的标签。但实际上，上海有包容友好的公园、草地、社区营造中心、街头派对、免费的音乐现场等等。小辉和宝珠希望呈现上海 FREE BUT Chill 的一面，带对上海有好奇心的朋友们体验一个即便不带钱、穿着随意，也可以轻松自在的上海。



关键词：#Money Friendly # 上海的美好一点也不贵 # 包容友好 # 轻松自在

主题地图共创 - 手作地图产出

主题 02: 数字游民的上海游牧地图 / 三十天不重样的打工地点推荐

发起人：



Juno

#公路商店广告营销总监



Lune

环保艺术家

主题阐释：一个都市感与大自然并存的上海

从内卷到反内卷，从确定到不确定，上海这座原本就拥抱多元职业身份工作者的城市，越来越多的年轻人主动或被动成为了“数字游民”，通过场景的切换，为工作找到新灵感，为生活找到新平衡。

这份地图希望给在上海的数字游民，推荐一些游牧栖息地，帮助大家在游牧打工的每一天，都能享受生活，保持身心愉悦。



关键词: # 数字游民的办公地点推荐 # 工作灵感寻觅处 # 身心愉悦

主题地图共创 - 手作地图产出

主题 03: 初期约会的多巴胺缓释指南 / 社区约会路线

发起人:



阿德

钱包空空的大学生
NOWNESS 市场部实习 # 跑团社群发起者



Junyi

惠园路漫谈室项目企划人
Citywalk 活动组织者

主题阐释：一个缓慢释放多巴胺的、可以用脚步丈量附近的上海

上海每个生活街区都有很多值得探索与发现的目的地。阿德与 Junyi 发现年轻人的约会社交总是让人倍感压力，阿德和 Junyi 期待用一张多巴胺缓释地图打开社交新方式，他们推荐以自己为锚点，分享生活半径中的地点，在各自舒适的环境中缓慢释放多巴胺，展现与交流彼此的生活方式与身份认同。



关键词: # 第 1-3 次约会 # 缓慢释放多巴胺 # 交流日常生活 # 无网红打卡

主题地图共创 - 手作地图产出

主题 04: 离开或回到上海的必去之地

发起人：



Blair

投资人

瓶瓶有奇项目发起者



凤谦

金融行业从业者

主题阐释：一个衣食住行都极具风格的上海

从接地气的路边摊、遍地的咖啡馆、有设计感的买手店，生活在上海的人从未停止过对美好生活方式的追求。

这张地图为大家呈现一副极具特色的上海日常生活缩影，送给第一次来上海、回到上海后、离开上海前的人。



关键词：# 去了一次就会再去无数次的本地小店 # 日常目的地 # 当代上海风格