

7月以来，青岛夜间休闲娱乐消费规模同比增长近30%，其中20岁至35岁人群占比达68.16%，休闲娱乐正在成为需求的蓝海——

年轻人释放“新活力”，“松弛感”点燃“夜经济”

□青岛日报/观海新闻记者 丁倩倩



■入夜，金沙滩啤酒城人流如织。邢志峰 摄

■年轻人在李村商圈夜市开启“逛吃”模式。杨志文 摄

■夜游老城区的年轻人边走边吃，感受浓浓“烟火气”。梁超 摄

■唐岛湾滨海公园运动场夜间十分热闹。梁超 摄

■中山路驻唱乐队的悠扬夜曲吸引市民游客驻足。邢志峰 摄

精神消费成为“夜经济”增长主力

一提到“夜经济”，人们最先想到的是夜市和夜宵的“烟火气”，实际上休闲娱乐正在成为需求的蓝海。

连续的高温天气，让洗浴中心“变身”年轻人夜间的“避暑山庄”。美团数据显示，进入7月，洗浴中心的搜索热度环比上月增长超55%。在受众中，20岁至35岁的消费者占比近七成。与2019年相比，7月洗浴中心的线上消费规模增长150%。聚焦到青岛，传统上视为“淡季”的7月，洗浴中心的订单量也远超过“旺季”1月。

洗浴中心“反季热销”并非偶然，下班后洗浴早就成为年轻人夜生活的“收藏节目”。比起偏重商务的传统洗浴中心，如今的洗浴中心已经“改头换面”，综合吃喝玩乐，变得亲民与多元，被奉为“打工人的共享空间”“年轻人的疗养院”。看看社交网站上网友的分享就能感受到洗浴中心别样的标签——“在洗浴中心实现了榴槤与车厘子自由”“游泳池、游戏机、自助餐，我和我儿子都可以在这玩一天”……不算上主业洗浴按摩，集自助餐、KTV、电影和游戏等多种功

能于一身的洗浴中心吸引年轻人“扎堆”，刚从大学校园走向工作岗位的王女士表示，自己大学期间曾在洗浴中心写论文，工作后下班在洗浴中心按摩放松，甚至曾在洗浴中心参与电话会议。“能洗澡、能通宵，价格也不贵，非常爽。”王女士表示。

在“马远”们的夜生活中，与洗浴中心的分量比肩的必须得算小酒馆一个。年轻人有多爱小酒馆？截至目前，小酒馆在全国已经成为千亿级产业，并且依然有增长的趋势。

入夜，沿着中山路，三三两两的顾客涌入位于三江里的“一吸酒馆”，高峰期，40多平方米的店里挤满二三十位酒友，且大部分都是老顾客。不同于酩酊大醉，年轻人偏爱“微醺”——既放松压力，又控制自己。爱小酌几杯的酒客多少都会有几家常去的酒馆，“除了自己放松解压，外地朋友来了也可以带他们去小酒馆，尝尝本地的特色精酿。”马远说。

小型音乐现场LiveHouse、脱口秀、演唱会等文娱节目也成为越来越多年轻人夜生活的新选项。《央视财经》统计发现，文化

娱乐等精神消费成为“夜经济”增长主力。看电影和听演唱会已经是岛城年轻人夜生活的寻常“配置”，大麦网数据显示，在周末的夜晚，青岛人至少有数十场脱口秀、话剧歌剧等演出可以选择。

此外，“夜动”的增长速度也十分惊人。美团数据显示，7月以来，青岛体育休闲消费增长迅速，夜间球类运动的订单量同比增长184%，游泳馆的订单量同比增长61%。酷爱羽毛球运动的袁先生是一个千人羽毛球群的发起者之一，他基本每周在群里发起三次夜场活动。“每场活动能组织40人左右，之前参加人员比较稳定，大多数人都打过照面，但现在新面孔越来越多，最夸张的一次，报名参加的一半人我都不认识。”袁先生表示。从近年来兴起的24小时健身房也可发现岛城消费者对“夜动”的偏爱，全国知名24小时健身房乐刻健身从2021年进驻青岛，短短三年时间已开设了17家分店。“因为工作原因，我忙完就要到晚上九、十点了，不是24小时的健身房都不适合我。”一位正在健身的“上班族”告诉记者。

青岛加力发展“夜经济”

- 市场主体积极反应，各区市的“松弛感”产业化渐显
- 商业综合体迅速调整，各商圈已着力引进满足“松弛感”的新业态
- 不断调整完善顶层设计，印发《青岛市培育发展新型消费释放消费潜力三年行动方案（2023—2025年）》有针对性地提出要点亮夜间经济

如何让“夜经济”更绚烂

- 增加更多新的体验，要注重科技、文化等元素，引导支持国内外企业打造主题鲜明、品质较高的夜间文化休闲、体验活动
- 社区休闲消费不可少，可以适当延长服务时间，多开发“走进家庭”的服务产品
- 需要相应水准的城市功能和城市品位与之相匹配，需要提高城市创新管理和精细化管理能力

多措并举，抓住“松弛感”流量

毋庸置疑，“夜经济”是提振消费、提升居民幸福感的重要维度，推动“夜经济”发展早已是各地的“必选动作”。据第三方数据统计，截至目前，全国各城市至少已出台数百项夜间经济相关促进政策。早在2004年，青岛就敏锐嗅到“夜间流量”之于促消费的重要，率先出台加快发展市区夜间经济的实施意见。

当下，新一代消费者对自我与社交“松弛感”的需求，是城市“夜经济”发展面临的新课题。

新消费需要新气象，各市场主体反应速度更快。盘点青岛各区市的“松弛感”产业，特色化渐显，正如马远所言，“喝酒就去市南区，闽江路酒吧一条街欢迎你。泡澡去城阳区，商务休闲、家庭亲子、年轻娱乐……只要提需求就能被满足。看脱口秀演出可以去市北区，台东有稳定且高质量的脱口秀表演。”

商业综合体也在迅速调整。面对新的消费趋势，青岛各商圈已着力引进满足“松弛感”的新业态，力图跟上消费者迅速变化的消费诉求。崂山丽达在全市最大的迪卡侬门店外打造了免费健身游乐场，如今已成为商场夜间吸引客流流的“秘密武器”；迅速“圈粉”的小酒馆被青岛万象城看好，其快速反应推出“天空之城酒肆”的商业空间，并将营业时间延长到凌晨两点；不久前，新都心商圈引进“大红礼娱”综合小剧场，成为青岛第一家拥有综合小剧场的商业体。此外，不少商场延展出了市集、音乐节、文创活动等丰富的内容，充分满足消费者对环境与服务等体验的高要求。“现在‘夜经济’的主要消费群体是年轻人，我们就应该去了解他们在生活休闲、社交等方面的需求和爱好，然后有针对性地布局营销。”一位

招商运营公司的负责人表示。

应对消费者对“夜经济”提出的新诉求，青岛也在顶层设计上不断调整完善，力图从供给端破题。如去年印发的《青岛市培育发展新型消费释放消费潜力三年行动方案（2023—2025年）》有针对性地提出要点亮夜间经济，依托重点商圈、特色街区、商业综合体等打造夜间消费集聚区，鼓励24小时经营，同时通过鼓励培育新品牌、新业态、新场景，增加满足新消费需求的载体。

“夜经济”的绚烂还需要更多维度的努力。美团相关负责人表示，如果仅仅是简单延长机构的白天营业时间，对消费者吸引力不大。夜间经济还要有更多新的体验，要注重科技、文化等元素，特别是通过文化与旅游、文化与科技的融合，引导支持国内外企业打造主题鲜明、品质较高的夜间文化休闲、体验活动。

社区休闲消费也是必不可少的环节。研究人士指出，社区商业发展夜间经济，重在就近和便民，作为从业者，可以适当延长服务时间、多开发“走进家庭”的服务产品，让消费者在家门口就能享受一个浪漫而自由的夜晚。

此外，发展夜间经济还不仅仅是扩大消费供给这么简单，还需要相应水准的城市功能和城市品位与之相匹配。深圳大学文化产业研究院教授、山东智库高端人才张振鹏撰文表示，夜间经济发展需要提高城市创新管理和精细化管理能力，有赖于政府职能在宏观调控、市场监管、公共服务、社会管理和环境保护五个方面的发挥，实现夜间消费的质量安全化、出行便利化、治安有序化、环境清洁化。

消费方式从“悦人”到“悦己”

恰如“反季热销”的洗浴中心业态，看似随机肆意，实则是消费逻辑的调整。崂山丽达购物中心总经理顾冰表示，不同于“70后”“80后”等消费人群“悦人”的消费方式，“Z世代”（1995年以后出生的年轻人）消费者的消费逻辑是围绕“我”展开的。在追求“松弛感”的过程中，“Z世代”消费者对能够满足自我情感价值需求的服务消费、体验式消费有更高的支付意愿，嘴上喊着“省钱”，却不吝啬于为情绪价值“买单”。

顾冰补充，为情绪价值买单，并非盲目消费，相反，“Z世代”消费者更偏向理性消费，重价格，也重服务、品质和体验。

这一消费逻辑的演进可以解释当前很多热门的消费现象，比如年轻消费人群对“平替”的热衷，不能片面地理解为“消费降

级”，内在既有产业降本提质的助力，也是新一代消费群体回归真实的生理和心理需求的体现。“这一消费逻辑的调整对商业综合体的定位产生新的指导，在招商中我们更愿意引进低调、没有噱头和重生活方式的品牌，不仅要有高性价比，而且品质扎实。”顾冰说。

夜生活正是当下年轻人活出“松弛感”的最佳时机，专注于新消费领域投资的黑蚁资本管理合伙人张沛元表示，夜晚是年轻人构建自我、掌控生活和社交连接最重要的时空。夜间经济是与年轻人一起探索未来生活、让生活回归生活的新解法。因此该机构预测，满足年轻人自我身份构建、社交以及具有超高性价比的产品和服务将成为掘金“夜经济”的重要角色。