

万家星光

治愈自己

入秋了，湖北，街头热闹依旧，消费热度不减，新式消费场景随处可见。

一枚封存江城晚风的书签，一只说武汉话的软萌玩偶……消费偏好的转变带动了创业赛道的迭代。

我们走近这样一群年轻人。他们既是情绪消费的主力军，也是新业态、新场景的主创；他们擅长捕捉大众细腻的情绪需求，用贴合时代审美与需求的产品和服务，让消费市场更鲜活、更有温度。

他们，正悄然重塑城市的消费市场。

楚风入怀

来过武汉的游客，多半见过满街售卖的黄鹤楼主题钥匙扣、冰箱贴。流水线批量生产的文创，外表精致却千篇一律，很难承接游人心中那份“带走一座城”的温柔念想。

跑遍各大文旅点位，看着货架上批发的文创纪念品，周勇总觉得少了内核：黄鹤楼、樱花，只有宏大的地标，还有长江、武汉，只有本地人习以为常，外地人却念念不忘。”周勇是位“95后”创业者，也是武汉知序文创创始人。入局文创前，他是一名互联网运营者，既没有科班设计履历，也没有行业资源。

捕捉到市场空白，周勇踏上了本土文创的探索之路。

图纸落笔容易，落地却处处是坎：工艺门道、供应链……无数个下班后的夜晚，他扎进工厂车间，守在轰鸣的生产线旁，跟着老师傅一遍又一遍打磨材质、校对版型。叶脉书签该遴选何种树叶才能留存清晰肌理，明信片印刷色调如何还原老汉口灰瓦红墙，每款产品都历经数轮推翻重改。

“做情绪生意不靠技巧，说白了就是懂普通人心里缺什么、想要什么。”周勇说。

最终问世的治愈系文创，叶脉书签镌刻江城晚风，手绘明信片一笔一画复原县华林、汉正街的街巷烟火，老门楼、老式骑楼、路边过早的小摊都被妥帖收入其中。

依托前期积累的本土文案案例与完整供应链，周勇团队一方面对接省内文旅集团、景区官方采购，以供货形式进驻各大文旅点位；另一方面联动本地连锁文创集合店，布局

自有线上店铺。线上线下，这些带着烟火气的小物件陆续进驻16处核心文旅点位。外地游客逛完黄鹤楼、东湖，随手带上一枚书签、一套明信片，带走的不仅是一件商品，更是一段荆楚城市记忆。

刚刚过去的暑期，周勇的品牌单月销量突破1.7万件，复购率超50%，远高于行业均值。业务扩张过程中，公司吸纳百余名本地青年参与项目，其中包括兼职的在校大学生。一部分人负责插画绘制、文案创意、产品策划，另一部分参与打包发货、线下点位运维，让更多年轻人靠手艺分享城市文创红利。

“如今网红手工店、氛围感打卡小店遍地开花，装修精致、适合出片，却大多止于流量噱头，只堆砌场景不填充情感内核。”周勇感慨。

对他来说，荆楚文脉不是锁在典籍里的辞章，它是江风、街巷，是日常。细碎的本土感受转化为产品，厚重楚文化就变成普通人触手可及的温柔纪念。

俏皮汉腔

长久以来，城市文创很容易陷入“打卡符号”的困局：印刷地标图案、拓印文物纹样。各地纪念品面目趋同，分辨不出独属于一方水土的性格。而武汉出圈的“蒜鸟”IP则另辟蹊径，从江城百姓流传的俚语中挖掘出独一份的城市精神底色。

6月15日，2026年世界青年发展论坛在武汉开幕，现场发布全球青年发展行动计划第三批典型项目清单，IP主创李芒果带领团队打造的“蒜鸟”成功入选。

“蒜鸟”，取自武汉人挂在嘴边的那句“算了”。

这句俚语，藏着楚地百姓特有的生活哲学：遇事不钻牛角尖，凡事看开释怀，一句口语消解万般纠结。设计师糅合大蒜憨态可掬的外形与小鸟灵动的模样，做成软乎乎的毛绒玩偶。用手轻轻一捏，地道汉腔便蹦出来：“蒜鸟、蒜鸟，都不容易。”

这个火遍全网的玩偶，最初只是制作者送给朋友的自制小礼物。随手发布到网络平台后，瞬间戳中无数年轻人的心，网友留言刷屏催更、要求量产，就此意外开启IP创业故事。

一切从零开始摸索。想要还原地道老武汉口音，绝非简单的音频录制。狭小的居家工作室里，夫妻二人一遍遍对着录音设备试录，上百次打磨语速、抑扬顿挫的语调，反复拿捏武汉话直爽又带着劝慰的松弛感，才敲定最终版本的音效。玩偶外观历经10余次色卡比对修正，调出讨喜配色。第一批1000只玩偶，放弃机器流水线量产，交由武汉本地老裁缝手工缝制，针脚、填充、手感细细打磨，让玩偶摸起来软和治愈。顺着市井情绪继

续挖掘，团队又孵化出“要么羊”“搞莫斯”等IP，把武汉人的日常对话揉进IP内核，带着江城烟火走向全国。

在李芒果眼里，荆楚文脉一半藏在博物馆古迹，一半流淌在街头巷尾。过早摊上的闲谈、街坊邻里的打趣，这些鲜活的市井俚语，都是文创取之不尽的富矿。把市井情绪转译为IP产品，厚重的地域文化就此变成可以随身携带的情绪出口。

“蒜鸟”已成为武汉现象级城市文创符号，全品类销量突破百万件，终端销售额达数千万元。玩偶走进省内40余家文旅线下门店，甚至漂洋过海卖到国外。不少在外打拼的湖北年轻人，专门买来寄给自己当作排解乡愁的小信物。

一位常年在外工作的湖北籍网友在商品评论区写下：“方言不只是说话的工具，它藏着一座城市的情绪。很多年轻人买的不是玩偶，买的是一份‘凡事算了’的自我和解。”

青年创业者俯下身，望向街巷烟火，捕捉普通人的喜怒哀乐。流露真情实感的“蒜鸟”爆红，映照出湖北文创赛道的迭代升级。没有宏大叙事，以小切口撬动大市场，用民间视角讲述荆楚故事，也为文旅消费开辟出新的增量空间。

包容乡野

不只是书签玩偶这类看得见摸得着的产品，年轻人的情绪消费也可以是一阵稻田晚风、一处允许沉默发呆的空间。一批湖北青年创业者把目光投向疗愈赛道，一头扎进乡野田园，一头深耕城市角落，用体验式业态接住当代人的疲惫，拓展情绪消费的全新边界。

黄陂稻田晚风田园综合体主理人吴荆丹，曾经是一名商业地产高管。过去，无休止的会议、接连不断的工作任务、朝九晚十连轴转的工作节奏，让失眠焦虑成为常态。每到周末，她便驱车奔赴黄陂乡野，一头扎进万顷稻田，听风吹稻浪，看落日沉向田埂。田野的安静，抚平了城市带给她的紧绷。

2023年，她辞掉高薪岗位，邀约4位同龄人返乡创业，盘活村里闲置稻田。团队定下3条规矩：无强制社交、无硬性打卡、无推销消费。来到这里，只让客人安安静静做自己。

每到周五傍晚，结束了一周工作的城市打工人，自驾1小时奔赴这片田野。很多人来这里的初衷很简单：就想来发个呆、吹会儿晚风，不想应酬聚餐，不想被迫

团建、凑热闹露营地。他们避开喧闹的聚会局，不刻意社交，寻一处田埂坐下，晚风裹挟稻谷清浅的香气扑面而来，落日熔金，霞光顺着田垄铺满起伏稻穗，蜻蜓掠过泛黄稻叶翩跹起落，远处飘起缕缕炊烟，四下只有虫鸣与风吹稻叶的沙沙声响。

人们不必消费、不必参与项目，静静坐着就可以享受这片田野。那么，项目靠什么实现营收？吴荆丹说，核心在于不推销、不裹挟，但提供足够多的选择。如果游客只想放空看风景，可以纯体验田野风光；若有需要，可以选择田园简餐、稻田露营套餐、农事体验；若是心情不错，也能选择季节性稻田研学课程等产品。适配心情的服务，成为项目的主要营收路径。

待到夜色漫过田垄，晚风带上了丝丝凉意，人们便默默驱车返程。这份不迎合、不裹挟，允许人独自放空的松弛感，恰恰成为营地最打动人的招牌。

团队成员都没有专业文旅从业背景，就从零开始摸索，学习场地日常运维，反复琢磨客流管控的尺度，用心运营线上社群，每周认真收集游客最真实的体验反馈，一点点迭代打磨服务，想方设法补齐淡季客流少的短板。一群年轻人扎根乡野，在实操中不断试错，可贵的共情力成为他们前行路上最重要的法宝。

这片藏在乡野间的田园综合体，不仅安抚了城市来客的情绪，也实实在在带动周边村落共同发展：通过土地流转，村民把闲置稻田租给项目，获得稳定的土地租金；项目优先采购本地农户的粮油果蔬，直接拓宽农户农产品销路；吸纳周边村民上岗，参与场地保洁、农事劳作和游客接待；还为周边农家乐引流，带动周边农家餐饮生意。

“先治愈自己，再温暖别人，这就是我们做这件事的初心。”吴荆丹说。

一枚叶脉书签、一句俏皮汉腔、一阵稻田晚风，可触、可感、可忆，源源不断为湖北消费市场注入年轻鲜活的力量。

陶然

来稿邮箱:fukan@jirbs.cn

初秋，湖南长沙雨花区圭塘河畔，10个“盒子”错落分布，在绿茵与碧水间格外醒目。“圭塘盒子”不是普通店铺，而是低门槛、可移动、可拆卸的轻量创业空间。

5号盒子“03chillgala”前，帐篷式货架向外敞开，浅绿与纯白的主色调让小店仿佛从草坪上自然“生长”出来。主理人钱彬来自青岛，他把关于骑行的梦想装进了这个不到30平方米的空间。“在城市中心的河边开店，以前不敢想。”钱彬说，他的店里卖单车、咖啡，也卖一种慢下来的生活方式，“踩一圈折叠车，喝一杯手冲，时间忽然就不赶了”。

今年7月2日开业当天，他把英国Brompton（小布）单车的湖南首店同步落户这里，并计划成立“长沙03布友会”，定期组织骑行与户外沙龙。“一辆小布、一杯咖啡、一群有共同爱好的人。”他说，圭塘河正在成为一条可以“骑”的河，这是长沙青年的一种周末微度假方式。

不远处，6号盒子“上山去野”茶室里，主理人李博正以紫苏与青梅调制“湘式茶饮”。她在湖湘本土的山野食材中注入年轻化、时尚化元素，将喝茶转化为社交媒介。每个周末，河畔读书会、分享局在这里举行，草坪上坐满年轻人，茶香里飘着思想碰撞的脆响。“过去圭塘河是风景，现在它是我生活的一部分。”在李博的计划表上，这里白天是茶室，夜晚则变成有趣灵魂的集散地，青年夜校、风物手作工坊等都将在这个盒子里变为现实。

10个盒子，10位主理人，文创手作、生态研学、宠物友好等10种轻消费业态。这些盒子是“十里圭塘·创梦聚场”的落地成果，源自雨花区举办的首届青年人才创新创业大赛。10个年轻团队从122份创业计划书中脱颖而出，并获得“创业大礼”：10个“圭塘盒子”，同时配套创业扶持资金、最长6个月免租政策以及场地、流量、媒体、供应链的一站式服务。

作为长沙中心城区最长的城市内河，圭塘河全长28.3公里，历经10余年系统性治理，从昔日“龙须沟”蝶变为“国家级美丽河湖”与全国“两山”实践创新基地。河道两岸草木繁茂、水鸟翩跹，夜晚的灯光与水波交相辉映，一步一景、全时段可游的城市滨水空间已然成型。通过挖掘本土人文与生态科普价值，雨花区常态化举办河畔露营节、咖啡市集、手作工坊、环保科普分享会等活动，并面向中小学、企事业单位开放自然教育课堂，让绿色发展理念融入市民日常。中建五局与雨花区政府联动推进的“十里圭塘”项目，正是在此生态底色上完成景观提质与配套升级。

营造敢创业、能创业、创成业的氛围，吸引优质青年创业者，托举他们的梦想——圭塘河畔“长”出来的10个盒子，正成为长沙这座城市观察青年创业生态的生动窗口。

谢瑶

圭塘

“青春小店”为城市发展蓄力

万 政

最近，共青团中央发布青年发展型城市“青春小店试验场”工作指引，推出一批贴近青年、务实暖心的城市创新举措。所谓“青春小店试验场”，就是盘活城市闲置临街商铺、公共共享空间等存量资源，为青年群体搭建低成本创业实践平台，支持青年开办快闪店、集合寄卖店、创意市集等多元业态，通过短期免租、轻量化运营的模式，降低青年创业试错门槛。

政策出台后，网络上出现一些不同的声音。有网友认为，零星的市集摊位、小型小店难以从根本上解决青年就业创业难题；也有人疑惑，此举是否意在鼓励青年扎堆摆摊开店。实际上，小小试验场背后，蕴藏着城市引才、留才、育才的深层发展逻辑。

当下，城市发展的逻辑已从过去争抢项目、集聚资本的资源比拼，逐步转向集聚人才、涵养活力的核心竞争比拼。今年4月，共青团中央等15部门联合印发意见，深化青年发展型城市建设，其中对青年发展环境提出了12个字，“进得来、留得住、住得安、能成业”。政策意图非常明确，也指向一个很具体的问题：年轻人在一座城市里，到底

能不能干成一件自己想干的事。

我们常说说要给年轻人机会，但年轻人并不需要抽象的“机会”，而是需要看得见的成长空间。不少怀揣创意、心怀热忱的青年，被高昂的商铺租金、繁琐的落地成本、未知的创业风险困住脚步。在创业理想与现实落地之间，横着一道“试错成本”的高墙，这也是无数青年创新创业路上难以逾越的障碍。而“青春小店试验场”的价值，就是要在青年起步之初搭把手、扶一程，为青涩的梦想托底，为初创的探索铺路。

城市主动盘活闲置资源、开放公共空间，为青年提供试错的舞台，其意义不仅仅是一个免租摊位、一间临时小店，更在于在一个场地不大、业态简约的空间里，让初入社会的青年真切感受到城市的包容与善意，触摸到可落地、可探索、可成长的发展可能性。

青年与城市，从来都是双向奔赴、彼此成就的共同体。“青春小店试验场”不仅赋能青年成长，更能释放城市基层活力、激发片区发展动能。一间青年快闪店，能让冷清的

街角焕发烟火气息；一场青春创意市集，能让街巷社区增添人文活力。一个个小微业态连起来，带动的是周边商超、茶饮、零售的经济循环，激活的是片区闲置空间的利用价值，让老旧街巷、闲置街区重新走进大众视野，焕发新的生机。

看似简单的市井小生意，是城市发展理念改变的写照，是城市用善意换来的青春答卷。这些答卷或许朴素平实：一间小微店铺的稳定营收，一个初创品牌的萌芽成长，一位异乡青年首次在这座城市收获归属感、扎根立业的底气……然而，无数微小的创业尝试、真挚的城市认同、鲜活的青春奋斗，层层累积、汇聚成势，便是青年发展型城市最厚重、最鲜活的底色。

城因人兴，人因城立。一座城市的格局与高度，不在于林立的高楼、繁华的商圈，而在于包容万象的胸怀、滋养市民的温度。敢于为青年留出试错空间、包容青年的探索尝试、接纳青年的跌倒成长，方能留住青春活力、积蓄未来动能，在高质量发展的道路上向阳生长。