

本报记者 刘浚豪

有人在社区里开设普惠食堂，有人把传统技艺做成文创产品，有人把咖啡店与阅读空间结合……近年来，随着消费需求的增长、营商环境的改善，以及青年就业创业观念的转变，在不少城市的街头，一批批青春小店正在成长。然而，客源不足的窘境、资源匮乏的瓶颈、运营经验的欠缺，常让这些初创小店举步维艰。

聚焦青年创业痛点，一系列精准帮扶举措从初期破局到长期发展，为“青春小店”量身定制成长路径，让一个个“小梦想”在烟火气中绽放光彩。



### 扩大“朋友圈” 让更多小店被看到

徐州中心商圈是文化、商业、旅游的深度融合之地，链接现代化商贸地标和潮流时尚街区，众多知名品牌汇聚，为青年创业者提供了沃土。洞察到这一契机后，2025年初，团组织工作人员四处走访，寻找那些由年轻人主理、富有特色的小店。为构建更富活力的青年创业生态圈，一方面通过线上自主报名，广泛招募由青年主导、服务年轻客群的小店，另一方面通过线下重点招引，主动走访动员国潮文化、体验消费、咖啡手作等特色青春业态及首店经济、夜经济代表商家。

“开业之初，我们也曾为客流不足而苦恼。”位于中心商圈的一家咖啡店店主予辰说。了解到该咖啡店的困境后，鼓楼团区委将其纳入重点扶持清单，量身定制了成长方案。依托“青春鼓楼”公众号开设“老板好Young的”专栏，以“对话主理人”形式深度挖掘品牌故事，配套制作创意短视频。通过官方平台与店主的社交账号同步传播，形成“官方引流+自主传播”的闭环。“效果立竿见影，我们店短短两个月内营业额就提升了30%。”予辰表示。

2025年，依托“青春徐州”等平台，团市委制作发布“青春小店”探店视频23期，浏览量超8万次。设计发放含手绘插画与优惠券的探店手册超过1.3万份、优惠券超50万张。推动“苏超+青春小店”联动以及6场校园行活动，吸引大学生超4万人次。

不仅如此，团市委还推出了“青春小店主理人训练营”、专题沙龙，覆盖主理人500余人次，“政策直通车”帮助主理人对接社会资源。“之前更专注产品，这些培训帮我们补上了经营和传播的课。”予辰表示。

## 咖啡+夜校、酒吧+社群……这里拿捏年轻人的「情绪消费」 小店不小 青春有样



### 探索新功能 让小店茁壮成长

在团组织精心搭建的平台上，青春小店得以尽情释放其独特的魅力与创造力。同时，在逐步探索将具备独特调性与空间资源的小店转化为青年服务新阵地的创新举措下，一些青春小店开始突破单一商业空间的局限，通过“小店+”模式，实现了更多可能。

予辰的咖啡店功能边界被拓宽，利用店内空间开设了青年夜校课程。“这里白天是咖啡馆，晚上是课堂，周末可能是交友沙龙，空间没变，但能做更多事了，人也越来越多了。”予辰这样总结小店的变化。

“刺猬的小屋”酒吧是音乐爱好者的聚集地。“在经营民谣主题酒吧的同时，我们还希望将社会责任与人文关怀

基于青春小店开设青年夜校，独特的课程吸引年轻人前来“上课”。



传递给大家。”该酒吧主理人雨蒙介绍，酒吧还常态化提供免费热水、充电服务及室内休息空间，成为户外劳动者的“避风港”。

2025年，团市委累计培育青春小店110家，选树榜样标杆20家，其中10家重点培育小店实现年均营收增长20%以上，形成梯次发展、示范带动的良好态势。众多小店，正展现着发展的无限可能。

### 与城市“共成长” 小店长成新“风景”

随着小店逐渐成长，它们与城市的连接也越来越紧密。这些由青年人主理、充满社会责任感的小店，正成为展示徐州形象的新窗口。

在“启承非遗木工坊”里，店主张乐致力于复原徐州古建筑模型，钟鼓楼、户部山古民居、戏马台风云阁等标志性建筑的模型栩栩如生。张乐表示，他计划复原彭城七里上的所有历史建筑，用手里的模型留下城市的记忆。

在回龙窝历史文化街区，“冠玉的小店”面积只有几平方米，但“小店不小”，里面承载着非物质文化遗产徐州剪纸，吸引了不少游客。店主刘冠玉表示，希望能够通过自己的努力，让剪纸有更现代的表达、更漂亮的展示，让更多人感受剪纸的艺术魅力。

下一步，团市委将持续深化品牌聚合、数字赋能、精准对接三大工程，推动小店由“物理集聚”向“品牌聚合”跃升，聚焦相关领域开展专项培训，提升数字化运营能力，打造“青春小店政策包”，切实为创业“减负”，让青春小店成为展示徐州城市活力与温度的重要窗口，在服务高质量发展中更好发挥青年生力军作用。

图片由团市委提供



“启承非遗木工坊”里，店主张乐带领游客体验榫卯的乐趣。