



博物馆式逛街

年轻人为何愿为“遛自己”买单

文/王哲君

在许多现代商场和景点，年轻人举着咖啡杯驻足拍照，穿着汉服讨论宋代点茶技艺，95后博主一边直播一边学习萧山花边编织手法……这些看似割裂的场景，却因“知识型消费”的黏合，成为年轻人热衷的日常。

与传统商场“买完即走”的模式不同，这些空间将购物与自然探索、文化体验深度融合，年轻人戏称其为“遛自己的精神公园”。这一现象不仅折射出消费行为的代际变迁，更与萧山“青年向往之城”的设计紧密咬合——一场关于城市青年生态的“双向奔赴”正在上演。

知识型消费的崛起：从“货架逻辑”到“意义供给”

数据显示，2025年春节期间，萧山非遗市集吸引游客近140万人次，其中超60%为年轻人，相关文创产品销售额同比增长215%。这与抖音生活服务发布的《2025春节消费数据报告》结论不谋而合：18—30岁群体更愿为“文化附加值”付费，例如结合地域特色的手作体验、艺术快闪等。萧山的商业体敏锐捕捉了这一趋势，将地方水文史转化为可触摸的消费场景，将地理知识与网红营销巧妙嫁接。

知识型消费的背后，是年轻人对“意义消费”的饥渴。当物质丰裕成为常态，商品的功能属性逐渐让位于情感与认知价值。萧山文旅局推出的“青春潮玩路线”中，9条主题线路均包含文化体验节点，覆盖文创园区、博物馆、自然景观等点位。例如青春潮流之旅，串联浙农东巢艺术公园（工业风文创）、五七公社（艺术聚落）、萧山博物馆（地方文化）、浙东运河展示馆（非遗与历史）等，覆盖文化体验节点；城市封面之旅包含杭州奥体中心（体育文化）、钱江世纪城公园（城市地标）、中国水利博物馆（科技与水利文化）等。

这种设计暗合了社会学中的“游戏化学习”理论：通过轻量化、趣味化的知识嵌入，消解传统教育的压迫感，让消费成为自我提升的“软性入口”。

第三空间的进化论：从星巴克到“社交实验室”

美国社会学家雷·奥尔登堡提出的“第三空间”理论，期待萧山新商业体中有了本土化演绎。这种模式与传统商场“货架+餐饮”的单调组合不同，例如商场面积用于公共文化空间，展区旁设置开放式自习区，非遗工坊与咖啡吧共享动线，甚至引入“共享办公胶囊仓”——年轻人可以一边喝奶茶一边赶PPT，或在剧本杀结束后顺路选购文创周边。

这种“非目的性消费空间”的营造，可以精准击中年轻人的社交痛点。根据《2025春节消费数据报告》，温泉、Livehouse、运动赛事等“体验型消费”订单量同比增幅超过40%，而单纯购物消费占比下降12%。萧山商业体正通过垂直场景细分构建差异化体验：杭州萧山万象汇以“亲子成长+艺术教育”为核心，推出文物修复、非遗手作等知识型课程，并

联动心理机构打造治愈空间；萧山众安广场通过国潮运动街区、沉浸式戏剧等，融合文化探索与运动娱乐，满足年轻客群的松弛感需求；朝龙汇D+PARK则聚焦“潮流运动+社交”，引入攀岩、滑板等专业设施，并举办街头竞技活动强化社区联结。

更深层的逻辑，在于城市对青年社群的系统性孵化。萧山“青春十条”政策通过“萧然青才卡”整合消费优惠与公共服务（如运动场馆折扣、政务服务通办），引导青年向商业综合体聚集。例如，同进·韵动城等新商业体主动对接政策，开设青年创业孵化区、技能培训工坊，形成“消费场景—技能提升—社群联结”的良性互动。当年轻人在商业空间参与咖啡拉花课程或AI应用沙龙时，实质是政策红利与商业创新共同推动的青年成长实践。

争议与反思：文化赋能还是流量噱头？

今年3月21日，萧山区正式启动全年1000万元文旅体消费券发放计划，通过“旅游+体育”双场景激活消费市场。文旅消费券聚焦酒店民宿领域，在飞猪、美团

平台设置阶梯满减规则，覆盖湖道逍遥园、开元森泊等60余家酒店。体育消费券则通过【萧然青才】小程序发放200元面额券，定向支持奥体中心游泳馆、萧山体育中心等四大亚运场馆的游泳、篮球等常规项目。截至4月1日，文旅消费券核销率达75%，带动酒店预订量同比增长52%，其中“酒店+景区”套餐占比31%，政策红利初步显现。

尽管“博物馆式商业”广受追捧，争议亦随之浮现。仍有部分消费者吐槽文化快闪“形式大于内容”，“扫码听讲解”的音频质量参差不齐；学者则指出，过度依赖网红打卡可能导致文化符号的扁平化，害怕无人深究文化脉络。

对此，商业体的运营方尝试在流量与深度间寻找平衡。更深层的挑战在于如何避免“体验通胀”。当每个商场都开始复制“标本+咖啡”“非遗+市集”的公式，年轻人的审美疲劳将到来。我们期待进一步挖掘地域文化的独特性——例如，将围垦精神、潮涌文化转化为互动装置，或开发“萧山方言剧本杀”等更具在地性的产品。毕竟，真正的“知识型消费”不应止于浅尝辄止的猎奇，而需构建可持续的意义生产体系。



文/王哲君



《父亲的解放日志》
作者：[韩]郑智我
出版社：新星出版社
出品方：新经典文化
译者：林明
出版年：2025—3

十万人送别一位赤色分子，三天葬礼写尽韩国半世纪荒诞。余华力荐的“背叛之书”：父亲前半生打游击蹲监狱，后半生被村民嫌弃为“多管闲事的糟老头”。吊唁厅里，官员与囚犯同席，叛逆少女与耄耋老兵共泣。当生前敌视者集体唱起游击队歌，当政客偷偷往棺木塞进勋章——原来死亡才是最高明的革命者，用沉默击碎所有高墙。裸脊线装的粗粂质感如父亲布满老茧的手，翻开它，听见一个理想主义者与时代摔跤的闷响。



《与哀伤共处》
作者：李昀肇
出版社：广东人民出版社
出品方：万有引力
副标题：经历父母离世的年轻子女
出版年：2025—3

44位年轻失亲者的隐秘叙事，13个月田野调查织就的哀伤星图。当主流话语用“节哀”封存痛苦，这本书撕开沉默的茧——原来哀伤不是病理切片，而是爱的化石层；不是待修复的BUG，是重构生命系统的源代码。附赠的疗愈手账印着“眼泪是液态的纪念碑”，空白页等着你写下第45个故事。裸背锁线装帧如裂痕累累的心室剖面，每一道皱褶都是未被听见的“我想你”。



《叙事话语·新叙事话语》
作者：[法]热拉尔·热奈特
出版社：北京联合出版公司
出品方：新行思
译者：王文融
出版年：2025—3

绝版二十年的叙事学手术刀，剖开《追忆似水年华》的时空肌理。热奈特在普鲁斯特的句子里安装X光机：倒叙是记忆的义肢，预叙是未来的骨刺，聚焦方式是灵魂的棱镜。当理论界围攻这部“过于精密”的解剖报告，作者以《新叙事话语》发起华丽反击——学术论战原来比小说更跌宕。圆脊精装的烫金纹路暗合叙事迷宫，翻开它，像打开马塞尔那具装满时空套盒的核桃木书柜。



《关于春天》
作者：[芬]托芙·扬松
出版社：北京联合出版公司
出品方：明室Lucida
译者：王梦达
出版年：2025—4

姆明之母留给世界的最后礼物，28颗北欧冻原上的露珠。老画家在临终前亲手拣选毕生短篇：中国水墨画家与一棵松树的三十年角力，女插画师用颜料对抗抑郁症的暴风雪，还有那篇让芬兰人集体泪崩的《来自克拉拉的信》——原来春天不是季节，是绝望时仍愿相信下一个黎明的能力。封面扬松亲绘的抽象画如融雪痕迹，轻型纸泛着白桦树皮的清香，捧读时像在苔原上接住一片坠落的极光。



《再见了，木星》
作者：[日]小松左京
出版社：译林出版社
译者：马彦荣 / 徐莎莎
出版年：2025—3

硬核科幻包裹的文明挽歌，太空歌剧版的《李尔王》。当人类试图把木星点燃成第二太阳，古老星纹却在火星冰层发出警告。小松左京在末日倒计时里写尽狂妄与谦卑：黑洞是上帝投来的回旋镖，木星红斑是宇宙的胎记。精装版书封烫印着密涅瓦基地的环形山纹路，翻阅时能听见氢气被压缩成金属的嘶鸣。在宇宙级的毁灭面前，人类是否能以爆星星辰的狂妄，赎回微小的生存可能？



文/王哲君



制成哑光质感的咖啡杯，杯壁残留的油脂会随温度变化散发焦糖香。伦敦建筑事务所更疯狂，他们把咖啡渣压制成3D打印建材，建成的咖啡馆墙体能吸收空气中的异味——当你咬下拿铁拉花时，墙壁也在悄悄消化隔壁寿司店的鱼腥味。这些黑色颗粒甚至入侵时尚界：星巴克与某顶奢品牌联名推出咖啡渣编织手袋，每只售价299美元，评论区挤满“闻起来像秋日落叶”的惊叹。

咖啡师群体则悄然转型为“液体艺术家”。首尔江南区的网红咖啡馆里，拉花师用离心机将奶泡甩成动态雕塑，一杯咖啡的呈现时间精确到秒——早30秒泡沫太硬，晚30秒咖啡液分离。墨尔本咖啡节上，冠军选手用液氮冷冻咖啡液，再用喷枪炙烤出“火山爆发”效果，滚烫的咖啡颗粒混着干冰雾气升腾，围观者纷纷举起手机拍摄“咖啡版《黑客帝国》”。这些表演早已超越单纯的调酒技艺，更像一场场微型行为艺术。

咖啡与科技的碰撞则催生出生荒诞又迷人的新物种。硅谷工程

师发明了“脑波咖啡机”，通过监测α波强度自动调节咖啡因浓度——当你刷短视频走神时，杯中液体会逐渐变淡。东京大学实验室培育出转基因咖啡树，其果实含有天然褪黑素，凌晨三点喝的拿铁能让人保持清醒却不伤肝。最魔幻的当属迪拜的“全息咖啡馆”，机械臂在空中挥舞，将咖啡液滴悬浮成星座图案，顾客用吸管戳破特定星体，就能解锁隐藏的鸡尾酒配方。

在社交媒体时代，咖啡甚至成了年轻人的“社交货币”。小红书博主们热衷于用咖啡渍在帆布包上染色，晒出“独一无二的做旧质感”；抖音网红发明了“咖啡渣纹身贴”，遇热显影的拿铁拉花能维持三天。上海复兴中路的共享办公空间里，白领们用咖啡渍在会议上画思维导图，深褐色的纹路被戏称为“资本主义的毛细血管”。这些行为看似戏谑，实则暗含着对标准化生活的温柔反抗——当星巴克全球门店都飘着同款焦糖玛奇朵香气时，一杯手工咖啡上的随机拉花，成了对抗同质化的微型宣言。

咖啡的时尚渗透甚至改写了城市基因。维也纳将百年咖啡馆改造成“气味博物馆”，游客能闻到1930年代咖啡师外套上的雪松香；曼谷贫民窟的墙面上，咖啡公司喷绘了巨型拿铁艺术，流浪猫在图案旁慵懒踱步；哥本哈根某街区把路灯改造成咖啡杯造型，夜晚投下的光斑宛如漂浮的卡布奇诺奶泡。这些城市空间不再只是地理坐标，而成了咖啡文化的立体展陈。

当你在北京胡同口看见大爷用搪瓷缸喝手冲咖啡，在米兰大教堂前遇见穿汉服的咖啡师摇着虹吸壶，在里约贫民窟的涂鸦墙上发现用咖啡渍画的耶稣像，就会明白：这颗神奇果实早已挣脱地理与文化的边界，成为现代人自我表达的万能画布。它既能端坐在米其林餐厅的鎏金托盘上，也能躺在滑板少年的帆布包侧兜；既是金融精英手中的权力符号，也是文艺青年对抗焦虑的精神图腾。或许正如某位匿名咖啡师所说：“我们研磨的不是豆子，是这个时代的集体潜意识——苦中带甜，冷静又上瘾。”