

青年择城“三部曲”

再破记录!“五一”假期里,安吉县一家名叫“深蓝计划”的乡村咖啡店,单日单店出杯量5120杯。“11台机器,23个出品师傅,从没想过这么火爆。”正如主理人程铄钦所惊讶的,5000多杯咖啡背后其实链接的是走进湖州乡村的大量“打卡者”,其中绝大多数是青年。

青年,是城市最大的变量。得青年者,得未来。2023年,10个省政府工作报告、86个地级市政府工作报告、345个区县的政府工作报告中都提到了建设青年发展型城市。青年友好的前提是城市被青年看到、被青年选择。

“很显然,乡村让湖州在青年中‘出圈’。”5月2日,一场在农场里举行的“青年与乡村”漫谈沙龙上,湖州市委主要领导与十多位青年交流时说,“青年究竟喜欢怎样的城市”是他作为城市“首席运营官”一直在思考的重要问题,一座能充分肯定青年价值、发挥青年作用、赋能青年成长的“青创之城”,首先要找到区别于其他地方的“出圈”特色,并让青年“种草”这座城的理由。

文/《小康》杂志记者 周宇
本版图片均为资料图片

① 来城前,用预期“种草”

怎么“出圈”?无论是咖啡还是烧烤,都透着浓浓的“青年味”。就像营商环境好不好企业家说了算一样,城市有没有“青年味”也是青年说了算。

去年,有473位平均年龄31岁的数字游民入住过安吉县溪龙乡的数字游民公社,平均入住时间47天。37%的数字游民拥有硕士以上学历,他们来自上海、浙江、北京、广东、江苏、湖北等地,从事着平面、工业、建筑设计,自媒体运营,程序开发,电子商务,NGO等工作,只要有电脑和网络就可以在湖州的乡村开启“旅居工作”模式。

不是“逃离”,是“选择”!一位数字游民和记者这样说,现在年轻人选择城市的逻辑已经跳出一辈所定义的城市流动逻辑。

新的逻辑是什么?小红书携手中国社科院社会学研究所发布的《“蹲”个城市:年轻人选择城市新需求洞察报告》显示,年轻人对城市的需求在发生变化:房价、收入、交通枢纽度等硬件发展指标这种常规考察条件依旧重要。与此同时,年轻人对生活细节的需求,如语言方便沟通、气候宜人、生活有趣、文化娱乐活力等要求越来越高。通俗地说,就是既要能奋斗,又要好生活。

去哪儿为自己找“量身定制”的城市?现在的年轻人选择主动出击。他们不再局限于大城市和老家二选一,自己旅游体验“亲自看”、利用大数据广纳网友亲身经历“比较看”、参考专业标准和亲朋好友意见来“分析看”,成了他们自由选择城市的底气。

这么多数字游民来到湖州,正是因为他们在网上、在微信群里“捞”到了有效信息,得知这里有全中国第一个服务数字游民的创意园,8000平方米的空间里设置了共享办公区和宿舍区,配套了工作和生活所需的各种功能。

“我们打造‘青’爱的湖州品牌,正是迎合这种新趋势去吸引青年走进湖州、了解湖州、扎根湖州的总载体。”在共青团湖州市委员会书记汤侃侃看来,城市吸引青年有三个阶段,“来城前”的了解城市阶段,“来城中”的发展匹配阶段和“来城后”的温暖有趣阶段。

“来城前”——沉浸体验。湖州即将发布“青年发展型城市体验官”活动,邀请湖州周边城市的大学生假期来到遍布城乡的咖啡店、民宿、露营基地等网红打卡地当“体验官”,沉浸式、场景化感受“在湖州看见美丽中国”。

“求新和打卡是当下大学生的主流心理特征,他们喜欢前往各种沉浸式人文场景、社交场景和消费场景体验打卡,不少城市正是抓住了青年的这种‘软需求’,于是在‘流量比拼’中迅速出圈。”在浙江大学博士生王俊看来,湖州更像是细水长流,在常态化沉浸式体验中把“流量”变“留量”。

“来城中”——发展匹配。通过微信群、QQ群,4000多名在外求学的湖州籍大学生有了固定了解家乡发展的信息源,200多名“校园伙伴”成了湖州的引才大使;覆盖全市机关和企事业单位的千人实习计划、选调生选聘生两个“周转池”等解决了大学生与岗位之间信息不对称的问题。这其中,面向全球的非公企业团组织负责人招聘就超出预期的火爆,德清试点后已全市推行。

“来城后”——温暖有趣。实习补贴、应聘补贴、就业补贴、购房补贴、租房(生活)补贴、安家补贴、创业补贴都是真金白银;飞盘社、咖啡社、瓷艺社、手作社、光影社、阅读社、书画社、羽毛球社、篮球社、网球社,社群化、社团化让生活有趣;小型联谊交友活动、“小树洞”倾诉平台关注精神世界。

每一个阶段的不同载体都有共同点:选择青年需要的内容,说青年听得懂的话,用青年习惯的方式。

“一是要有预期,二是要有很强的体验感,三是要有惊艳的爆点,四是要能在体验后通过年轻人习惯使用的平台再扩散、展示城市的有趣和丰满。”在《小康》杂志社副社长赖惠能看来,城市吸引年轻人“种草”的宣传方式已经在发生根本改变,成为能读懂青年的城市,湖州的目标或已从改变城市自荐话语体系和方式中起步。

② 来城中,扬赛道之长

人们常用城市规模和GDP丈量城市发展程度,青年选择城市最先考量的也是工作机会和含金量。城市要读懂青年,最重要的事情仍然是把经济做大、产业搞强、干事创业环境搞优。在这样的大规律下,每个城市又必须把自己放到全国的坐标中去看自己的核心竞争力。

去年11月,在浙江大学举办的湖州城市推介会和今年年初六的湖州籍大学生新春恳谈会上,湖州市委主要领导在介绍好区位、低房价、有前景的湖州时,用从“洋家乐”到数字游民公社、从“西塞山前白鹭飞”到“西塞山前博士飞”、从莫干山会议到地理信息大会的三个故事串联始终。故事的背后其实是一城一乡,可供青年奋力奔跑,又具有湖州辨识度的一条条赛道。

先看“乡村赛道”。青年在乡村大有可为,毫无疑问是湖州的鲜明特色。作为绿水青山就是金山银山理念诞生地、中国美丽乡村发源地,农场、露营、咖啡、茶饮、乡村美学、亲子、萌宠、音乐、户外运动、直播电商等新业态都能在湖州找到发展空间。青年在乡村被需要,青年价值在乡村得到体现。

绿城未来社区运营公司副总经理丁文文是一位80后,现在也是“余村全球合伙人计划”项目的负责人。这个计划去年7月发布以来,已经吸引了600多位青年来乡村交流、共创、共建,来自上海、苏州、杭州等地的20多个合伙人项目入驻余村。“合伙人招募不同于一般意义上的招商,其实是找到有着城市资源的人,尤其是青年在乡村进行模式探索。”丁文文说,“‘半城半乡’的新型生活方式是湖州乡村得以吸引年轻人的关键因素。”

正在把户外运动与乡村做嫁接的余村合伙人张赟来自上海,他表达了同样的观点,“乡村完整了我的人生,而且还能算得清降本增效的经济账。”

“蟹三代”卢瀛峰、灵粮农场的经理人邹鹰翔都把农业做得有声有色。用奶奶的名字作为品牌,传承父亲的事业,卢瀛峰把养蟹这件事“玩”出了新花样,一年一度的“杨桂珍吃蟹节——万蟹宴”已成为螃蟹界每年最轰动的节庆,品牌效应辐射了周边6000多亩螃蟹养殖基地,带动周边600多户农户,年均产值增收超5000元。

90后邹鹰翔哈工大毕业后,来到湖州成了扎根农场的“一粒种子”。她形容农场是自己的另一个孩子,在这里她为千千万万的家庭提供了亲近自然的贴心亲子服务。两年时间里,农场就成了网红农场、在抖音的湖州农场搜索热度中排名前2名。

“头雁”中也少不了青年。85后的村书记鲍鑫曾经在上海做企业高管。两年前,安吉县孝丰镇夏阳村“两委”换届,回乡后的他带着平均年纪30.8岁的新班子开始了他们的“新村运动”。定位小众精致露营,夏阳村的“小杭坑宿营地”

在一年时间里热度增长就超过500%,成为全国热度最高的营地之一,成功吸引小红书总部、携程户外、光源小衫、airpark等入驻。2022年,夏阳村集体收入已经飙升至300万元。

“乡村更能凸显湖州在中国式现代化进程中的优势。”浙江省社科院院长何显明在接受记者采访时分析说,湖州处于长三角枢纽位置,上海、杭州这样的增长极会对其产生“极化效应”,也就是对包括人口在内的发展资源、生产要素的集聚,这是城市化和工业化的客观规律;但是当社会发展到一定阶段,又会产生“涓滴效应”,增长极的资金、人员、科学技术会“涓滴”到周边城市,从成本收益的角度去寻找性价比更高的空间,“如何发挥‘涓滴效应’考验党委政府如何有为引导,便利的交通、高能级的乡村一定是湖州的重要‘王牌’。”

对于湖州来说,扬乡村赛道之长,同时也要补城市赛道之短。

长三角一体化正为湖州带来巨大发展潜能,已有的54家上市公司、4065家规上企业,可以让青年“打工”有得选;精选的新能源汽车、物流装备、半导体及光电、工程机械、合金特材、生物医药、地理信息、数控机床等八大新兴产业链,让走在趋势之前的青年“创业”有方向。

2020年,孵化于美国硅谷的清越科技入围“南太湖精英计划”,落户长兴,并作为首家科技型企业入驻青创空间。“场地、服务都很好。”清越科技创始人陈志华说,他们享受到了创业补贴、贷款优惠等一系列政策扶持,此外他还被邀请加入县青年企业家协会、青年联合会等,“这些平台帮助我认识了行业内前辈,打破了创业初期信息壁垒。”

今年一季度,通过举办“留在浙里才聚湖州”中国·湖州全球留学人才创业大赛,又有覆盖湖州八大新兴产业链的54个项目达成落地意向,9个项目最终入选“南太湖精英计划”。

着力打造“新青年城市”的吴兴区也坚信,产业的规模和质量决定了留人的数量和档次。当地童装纺织、电子信息、智能装备、时尚美妆产业蓬勃向上的同时,围绕音乐、时尚、运动、文化、创新等新青年元素的五大主题,“中国好声音”原创音乐基地、奥青中心、矿坑运动乐园等一批重量级、时尚潮玩项目相继落户吴兴,为青年提供了主战场。

③ 来城后,以青年之心为心

“有的城市把更多精力放在‘抢人’上。从长远的角度看,关键要把更多精力放在育人、用人、提高人口发展质量上。”团中央维护青少年权益部相关负责人说,青年发展既需要“硬”的保障,也需要“软”的支持。比如上海新增79个普惠性托育点、57个口袋公园;南通建立随迁子女“4个100%”普惠性教育保障机制;杭州为大学毕业生每年发放租房补贴1万元,已连续发放3年。

2022年的浙江青年发展综合指数显示,湖州综合得分为“优秀”,青年发展环境、青年生活品质、青年人文素养、青年职业发展、青年权益保障、青年社会参与、青年人口态势这7个一级指标均为优秀,其中“新引进应届高校毕业生人数占当地青年流入人口总数的比重”为42.35%,明显高于浙江全省平均值26.17%。

不大不小,幸福正好,这也是湖州青年发展综合指数为何能如此靠前的原因。浙江省青年发展研究中心执行主任蔡宜旦分析说,湖州的青年发展指数之所以能超越了GDP总量更大、青年人口数量更多的宁波和温州,主要原因是均衡。对于青年来说,较低的房价、便利的通勤交通可以很大程度上减少精神内耗。

“应届毕业生及毕业一年内未就业的求职人员,在吴兴可以享受为期6晚的免费酒店住宿。”吴兴区委主要领导在“中国县域治理大讲堂”上介绍了当地贴心暖心的新服务。

为了让青年可以更好地在乡村施展抱负,安吉率先全国之先开始了乡村能级提升工作:乡村新基建、老基建、产业运营、公共服务、融合治理方方面面都要跟得上时代需求。“晚上营业到几点?搞什么活动?”“青年社区配套怎么样?餐饮品牌有哪些?”湖州“四季看变化”走进安吉时,湖州市委主要领导反复在问的也都涉及青年日常生活。

在南浔区和孚镇新荻村的庭院咖啡屋里,来自机关单位、教育、卫生、金融、企业等各个领域的20多位青年,在天幕下、在围炉煮茶间认识了彼此。飞盘欢乐局、莫干山定向徒步、剧本杀……相亲交友从面对面的尬聊中走了出来。

左手事业、右手生活,怎么了解青年琐碎生活的真实需求?政府怎么靶向出招解决急难愁盼?湖州的“青春合伙人”、“青诉”心连心矩阵、“青年观察员”、“人才恳谈会”都是有效创新。

“青春合伙人”,通过给青年赋能、给政策,激发他们带动、帮助更多青年解决实际困难的互助热情;“青诉”心连心矩阵,集中收集青年遇到的各类问题,作为各级团组织掌握青年情况的“天线”和“耳朵”;从全市青年人大代表、政协委员中遴选并聘任的100名“青年发展观察员”,收集青年在发展中存在的痛点、难点和堵点,并反馈至相关部门进行协调解决。

聚焦人才创新创业痛点难点,湖州市委组织部每周三晚上,不安排主持人、不固定话题、不准备发言材料,开展人才恳谈会。去年下半年创设这一载体以来,解决人才创新创业、生活服务等问题659个,满意率99.3%。今年,湖州又以法定形式将每年的5月20日设为“湖州人才日”,寓意“湖州爱你”。

“爱”要大声说出来,不仅仅针对青年人才这些聚光灯下的人群,不容易被“灯光”照到的那些青年更需要被爱守护。

2022年浙江省青年发展指数的数据显示,湖州的“残疾适龄青年入学与就业率”全省最高。全市2.7万名劳动年龄段内残疾人中,已有1.88万人实现就业,就业率达到69.8%,残疾青年占了绝大多数。这个数据已经高于“十四五”时期浙江省残疾人事业发展规划目标值9.8个百分点。

今年4月,湖州还创设了“残疾人就业辅导员”制度,有120位残疾人就业辅导员上岗,他们不仅具备职业指导、人力资源管理、心理咨询等专业知识,而且都拥有2年以上相关职业工作经历,帮助包括残疾青年在内的劳动年龄段内残疾人精准匹配岗位。

城市的细腻和温暖不仅停留在物质层面,还在精神补给。2251885,这是湖州在2020年11月11日开通的“南太湖心航”热线号码,谐音“爱爱我要帮帮我”,由湖州市卫健、教育、公安、社会心理组织等各行各业的心理工作者共同参与的志愿者团队,24小时不间断守护值守。倾听、共情、治愈、帮助、安慰的感性工作中,有着“防范—发现—干预—帮扶—诊疗—回访”的工作闭环,在3年不到的时间里,接听了近2万次热线,挽救了20多个鲜活生命,对数百名青少年实行了一对一心理帮扶。

“换位青年视角、尊重成长规律、照顾真实需求。”在“知乎”平台上关于“青年友好型城市”长什么样的话题讨论下,一位网友这样描述说,真能做到这样,会发出“哇,这就是我想找的城市”感叹的年轻人就会多起来。



遍布湖州的“网红”打卡地



小红书网友打卡夏阳村的笔记



青年在余村



青年联谊活动

青年联谊活动

解码湖州

湖州市新闻传媒中心 联合出品
《小康》杂志