

消费群体“扩圈”

“谷子”销售火爆

本土团队发力

银川二次元市场探访

本报记者 陈星彤 文/图



制图:杜辉(豆包AI)



金凤万达MH全球潮玩集合店。



琳琅满目的手办、公仔等产品

当下,年轻人中正兴起一股“吃谷”消费热潮。“谷子”是英文“goods”的谐音,特指以动漫、游戏、偶像等二次元文化为主题的周边商品,包括徽章、海报、卡片、挂件、立牌、手办、娃娃等。数据显示,2024年中国“谷子经济”市场规模已达1689亿元,较2023年增长40%,预计到2029年将突破3000亿元。在这股热潮的带动下,银川的二次元市场同样展现出蓬勃的发展态势,近日,记者对银川二次元市场进行了深入走访。

消费者

年轻群体为主 规模不断扩大

在金凤万达的MH全球潮玩集合店里,大四学生陈星霖正挑选着徽章。她坦言,自己还不算是狂热的“谷子”收藏爱好者,消费比较理性。从高中接触二次元文化起,她“入坑”已有两年时间。

“我平均每年在这方面花1000元到2000元,主要是喜欢的IP和角色盲盒、透卡、徽章,买的时候会综合看设计、工艺、有无特殊意义、稀有程度等,一部分自己收藏,也会送人或交换,运气好时碰到价格被炒起来的,还能当‘理财产品’出售‘回血’。”陈星霖告诉记者,自己平时多是通过线上渠道购买,但很多“谷子”会限时限量售卖,或是有一段很长的预售期,得掐着点去抢购。而在线下的“谷子”店,则经常能买到现货甚至绝版的“谷子”,开盲盒、抽卡的体验感也更好,“虽然有时会有轻微溢价,但也很正常,完全可以接受。”

与此同时,刚结束高考的张欣正和朋友在潮玩店内细细挑选。“我从初中开始会在学校门口的文具店买些卡,一开始爸妈说这是‘精致小垃圾’,后来我跟他们说这是我的解压方式,也是和朋友交流的共同语言,他们就不管了。”张欣告诉记者,自己不算二次元爱好者,这是第一次逛“正经”谷子店,却很喜欢店铺氛围和制作精良的周边产品。最终,她和好朋友一起买了价值99元的徽章。

在银川,“谷子”消费群体年龄多为15岁到30岁,涵盖学生、年轻上班族等,女性购买力远高于男性,且二次元群体规模还在不断扩大。宁夏大学、北方民族大学等多所高校都有学生成立的动漫社,这些社团不仅组织校内的动漫交流,还积极参与校外的漫展等活动。

商家

「谷子」销售火爆 周末忙不过来

对于线下“谷子”店铺和自动贩卖机的分布情况,记者也进行了走访。目前,银川的“谷子”店铺主要集中在各大商业综合体及学校周边等地,比如西夏区宁阳广场的“恰恰谷子社”、金凤区悠阅城的X11潮玩集合店、银川十五中周围的阿Q文创馆等,“谷子”店几乎成了各大商圈的“标配”。此外,商场和商业街上的“谷子”自动贩卖机数量也不少,主要售卖徽章、玩偶、卡片、盲盒等小型周边产品。

据一位二次元爱好者介绍,如果不想走街串巷“吃谷”,也可以直接在漫展或市集上购买。现在,几乎每个节假日都有漫展活动在银川举办,现场不仅有商家设点销售,还有不少自制或二手的“谷子”售卖。

记者来到解忧乐园谷店,只见手办、积木、亚克力立牌、公仔等产品琳琅满目,货架上摆得满满当当,还有一个区域专门展示客户寄卖或自制的“谷子”。这家店的老板刘先生已在银川从事二次元行业15年,他深感行业发展越来越好:“以前我们属于小众圈子,连初中生可能都不太能理解。但是近几年,随着国内文化产业的进步,游戏、动漫、网文等领域不断涌现优质IP,并逐渐被大众熟知,如今,玩‘谷子’已经成为年轻人的时尚潮流。”

据刘先生介绍,解忧乐园谷店年销售额超百万元,几年前店内以销售手办为主,但其价格较高、交付周期较长,从目前的销售数据看,徽章销量最高,因为其价格相对较低,方便年轻群体交换互赠,而且携带和收纳方便,还兼具实用性。

金凤万达MH全球潮玩集合店店长万翊杰告诉记者,近年来“谷子”产品的销售情况越来越好,“现在店里的顾客已经组成了7个二次元同城群,注册会员约5000人,寒暑假和周末客流量很大,周末基本忙不过来,高考结束后,来店的顾客明显增多。”

万翊杰说,店内销量真正爆发增长是在2024年,当时《咒术回战》《排球少年》等IP的“日谷”大受欢迎,吸引了不少新消费者“入圈”。而今年,国产IP的“谷子”销量已超过“日谷”,《恋与深空》《光与夜之恋》《第五人格》等游戏以及《时光代理人》《非人哉》等动漫相关“谷子”颇受欢迎。

创作者

挖掘本土文化 推出特色产品

在银川,不少本土团队凭借独特创意与深厚文化底蕴,积极投身“谷子经济”,将本土文化元素与二次元潮流巧妙融合,打造出诸多特色产品。

据贺兰山岩画景区相关负责人介绍,为了让岩画文化被更多人知晓,景区早在2011年便开启文创探索之路,联合宁夏大学、宁夏博物馆、知名非遗代表性传承人等,从岩画元素与历史中汲取灵感,打造文创产品。经过多年摸索实践,如今的贺兰山岩画景区已成为文创产品的“创意宝库”,开发的文创产品琳琅满目,涵盖毛绒玩具、帆布包、文创雪糕、工艺摆件、首饰、冰箱贴等数百款,其中太阳神毛绒哨哨圈、岩画宝丑萌玩偶等产品广受好评,许多游客评价这些产品做工精致,极具特色与纪念意义。

览山公园推出了“落日微风”“暮色星空”两大系列文创产品,充满浪漫氛围,包含透光明信片、流沙冰箱贴、十二星座观星系列冰箱贴等50余款。西夏陵景区发行的冰箱贴、毛绒公仔、文物邮票、餐具、酒具等周边产品,数量多达700余款。

近年来,银川文旅集团深度整合旗下景区资源,构建起“文化IP+创意设计+产业生态”的立体化文创发展模式。旗下六大核心景区开发的文创产品涵盖文具、明信片、公仔、纪念币、服饰、非遗等10余个品类,截至目前,累计研发产品已超1300款,且销量可观。

随着“谷子经济”兴起,银川二次元市场展现出新的活力与潜力。从消费者、商家,到创作者、管理方,各个环节都在积极探索发展。未来,银川的二次元市场有望在本土文化与外来文化的融合中,走出一条独具特色的发展之路,为城市文化产业发展注入新的动力。