

1 年轻人为何爱上“吃谷”?

位于蒸湘区的弘阳广场如今成为了衡阳“二次元迷”们的聚集地,每逢周末,一楼各个“谷子”店人头攒动。

“吧唧”(徽章)、手办、卡片、立牌、挂件、娃娃等二次元周边琳琅满目,动漫人形立牌与身着二次元服饰的coser随处可见,合影快门声不绝于耳。

“这次的吧唧太帅了,很难不冲啊!”00后妮妮不是资深“吃谷达人”,但随着去年国产乙女游戏《恋与深空》上线后,她彻底被这个游戏点燃。该游戏凭借引人入胜的恋爱叙事、沉浸式3D互动玩法和令人难忘的男主角,已经吸引了全球近5000万名玩家。

“谷子”作为实体产品,让喜欢的角色从屏幕上走到生活中,能够提供“在身边的陪伴感”和“拥有感”,这就是情绪价值。”去年6月大学毕业、初入职场的妮妮笑称,情愿少喝几杯奶茶,也一定要入手!

爱好者在讨论为何要“吃谷”时,“陪伴”“精神消费”“情绪价值”是频频出现的关键词。这些普通人眼中的“小纸片”“小铁片”,实则是情感载体,承载着爱好者对作品和角色的热爱,彰显着自己独特的个性。



衡阳各大“谷子”店人头攒动。

2 80后大哥如何“卖谷”?

“谷子”这一新事物为线下商圈带来了新活力,衡阳众多热门商圈也纷纷投身潮流,积极引入二次元素。

今年43岁的肖伟良,是衡阳首家谷店的合伙人之一。初中毕业就外出打工的他,干过餐饮、搞过装修、卖过裤子……在开了十多年精品店后,一次偶然的机会,肖伟良发现自家儿子对“谷子”情有独钟。

看着儿子小心翼翼地摆弄那些徽章、卡牌,起初,这个湖北汉子满是不解,但儿子认真地告诉他:“爸,我没耽误学习,每个人都有自己的爱好嘛!”肖伟良开始留意,发现这个市场在三四线城市有着巨大的潜力,听闻有人为了一款心仪的“谷子”,不惜跨市奔波购买。

嗅到商机的肖伟良,马不停蹄奔赴“二次元圣地”上海考察学习。去年5月,衡阳首家“谷店”开业,肖伟良直呼场面火爆得超乎想象,排队的人从店内蜿蜒至商场外。

起初,生意好得让肖伟良笑得合不拢嘴。最高的一个月,销售额突破十万元。他的店凭借“谷子”种类齐全、上新速度快,迅速在衡阳“谷圈”站稳了脚跟。

肖伟良告诉记者,来店里消费的大多是学生群体,与逛商场常见的“嘬着奶茶边走边看”状态不同,在谷子店里,每个人都是埋头在货架里的“淘金者”,满眼都是热爱。他们性格或许内向,但在这片天地里,很多人因共同的爱好结交了朋友,分享着抽到隐藏款的喜悦,或是为错过一款限定而惋惜。

然而,随着热潮逐渐褪去及衡阳谷店的增多,肖伟良的店铺生意开始下滑,他便开始策划线下活动、线上售卖谷子,甚至自己出镜拍摄宣传视频。“我们现在基本上每天都会上新,店铺多了,分走的蛋糕肯定就多了,只能说越来越难做。”

提及未来打算,肖伟良表示应成为“寻风者、起风者”,而不是“跟风者、随风者”,人无我有,人有我优。要打造属于自己的品牌流量,使自己的谷店、品牌能够成为穿越每个流量周期的常青树。



衡阳首家“谷店”开业时的热闹场景。



各类“谷圈”的热门IP。

二次元的风 还是吹到了衡阳 今天你“吃谷”了吗?

■衡阳晚报全媒体记者 王慧

商场里的高中生攥着零花钱,在柜台前连续抽了五次盲盒,直到抽中隐藏款才心满意足离开;写字楼里的上班族午休时打开购物软件,为半年前错过的限量手办支付三倍溢价;动漫迷们背着缀满徽章的“痛包”穿梭在路上,宛如行走的IP展览馆……当下,衡阳越来越多年轻人热衷购买满足心理、情感需求的产品和服务,催生出“悦己”消费的庞大市场。其中,“谷子”消费备受关注。

“谷子”由英文“Goods”(商品)音译而来,通过徽章、卡牌、手办等文创商品构建起独特的经济生态。买相关产品即为“吃谷”,有“吃谷”爱好的人群则被称为“谷圈”。这种以情感价值为核心的新型消费形态,正在突破传统周边产品的边界——艾媒咨询数据显示,2024年中国谷子经济市场规模达1689亿元,较2023年增长40.63%,预计到2029年,中国谷子经济市场规模有望超3000亿元。

近期,记者连续走访衡阳各大商圈发现,“谷子”店已成为业态布局中的标配和新晋流量密码,吸引着不少年轻人前来打卡消费。



消费者正在选购心仪的“谷子”。



3 “谷子”怎能野蛮生长?

当“谷子经济”乘着二次元东风呼啸而起,越来越多关于价格乱象与“谷圈”生态的争议声,正在敲响理性思考的警钟。

稀缺的限量款、海外版“谷子”,催生出代购、拼团和二手交易热潮。但脱离平台监管的私域交易,暗藏诸多风险,拼团负责人卷款跑路、不法分子设局诈骗等事件频发,让“吃谷人”陷入信任危机,此外,盗版“谷子”泛滥成灾,严重侵害了消费者权益和IP价值,成为行业发展的“毒瘤”。

消费群体中,部分孩子沉迷“集谷”,盲目消费。扭曲消费观念的同时,也造成资源浪费。恶意“炒谷”行为更使热门商品价格虚高,不少人抱着投机心理入场,让兴趣消费逐渐变味。

“谷子经济”一头连着新兴文化产业的创新发展,一头系着实体零售转型的新方向,更深刻影响着年轻一代的文化消费与精神世界。唯有多方协同发力,完善产业链条、优化市场环境,才能培育出更多优质文创产品,让“谷子”既能绽放产业活力之花,又能成为年轻人充实精神生活的沃土。