

通城兴起二次元新消费—— 年轻人爱上“吃谷”催生商圈谷子店



继抽盲盒、抓娃娃之后,年轻人又喜欢上了逛谷子店。连日来,记者走访发现,谷子店在通城悄然兴起,不仅有店铺,更进入南大街老牌商圈。

南通文峰大世界开设了3家二次元店,分别是两家谷子店、一家Lo裙店。6月1日开业当天,3家店风头无两,吸引众多年轻拥趸,整个4楼满满当当,3家店铺总营业额超过20万元。

“谷子”由Goods(商品)音译而来,代指带有二次元IP属性的徽章、立牌、海报等周边商品。“Lo裙”则是近年来在年轻二次元爱好者中颇为流行的洛丽塔装。

艾瑞咨询发布的数据显示,2023年中国“二次元”行业规模增长27.6%,达到2219亿元。“二次元”衍生品市场正成为一片蓝海。



文峰大世界
中庭挂出的二
次元谷子店吊幔。
记者司占伟

进商圈,以“谷”之名带动消费

商圈里的二次元浓度越来越高,从北上广等大城市向二、三、四线城市蔓延。

商场中庭巨幅吊幔、电动扶梯尽头的人形立牌……文峰大世界正在全力“适配”着新潮流。

商圈招商人员介绍,以往谷子店多位于学校周边,学习上海的成功经验,商场有针对性地引入3家相关业态,并通过小红书和抖音等社交媒体宣发推介,试水打造二次元商圈的标签。

位于南京东路上海百联ZX创趣场,是国内首座二次元商业体,去年年初开业以来,成为二次元打卡胜地。据相关报道,转型二次元后,这家商场的客流量最高时暴增了10倍左右。

在南通,记者走访看到,在学校及步行街的谷子店盘桓的年轻人多是同龄人结伴,商圈内的店铺家庭客群明显居多,父母带孩子逛街之余被“引路”至谷子店的不在少数。店员也表示,带孩子的家庭客群更具购买力,少则三四十元,多则两三百元。

此外,商圈里的其他业态,特别是饮品类,也在赶这波风潮。此前,喜茶、古茗、肯德基等品牌纷纷推出与二次元IP的联名产品,送贴纸挂件立牌,吸引年轻人争相排队购买打卡。

“买杯饮品去逛店,逛累了吃饭,吃完饭去买衣服……”招商人员表示,家庭客群进商场不太可能只逛谷子店,同一空间里,会带动其他消费,商场要最大程度变人流为客流。

二次元进商圈首先希望可以带来年轻客群、家庭客群,增添人气。此外,还兼具“焕新”意味,实现业态“年轻化”,有效引流。通城老牌商圈中的“潮牌首店”“谷子店”“洞洞鞋店”的开张都阐释着这一商业逻辑。

本报记者司占伟 苗蓓

谷子,二次元年轻人的趣缘

“看,这是我的‘痛车’。”90后小伙子小魏打开了手机,不无自豪地向记者展示他的爱车——一辆藏青色的特斯拉车身上绘满了各类“原神”元素,风潮又酷炫。

4日下午,记者在南通中学对面的一家谷子店,偶遇了来自南京的小魏。他身背天青色“初音未来”的双肩包、穿着动漫T恤,是一位辨识度极高的二次元资深玩家。

“今天从南京赶到南通,只为探探店。”相比于南京众多的谷子店,小魏坦言,南通的店虽然不多,“但这两年发展得挺快。”

在一圈文具店、教育书店中,记者探访的这家谷子店,门面不大,却别有洞天,一楼既有文具,又有谷子;二楼是

谷子的天下,小到钥匙扣、马口铁徽章、书籍,大到手办、人形立牌,应有尽有。价格从几十元到上百元不等。

业内人士介绍,在二次元世界里,小饰品、生活用品或玩具文具,俗称“软周边”,受众多是女性;而精良考究的手办、模型玩具被称作“硬周边”,受众多是男性。

小魏介绍,自己从2011年开始玩谷子,是正版的拥趸。他身上背的双肩包就是160多元的官方正品。手上抱的一款官方“小爱”玩偶也超过百元。

对“小魏”们来说,购买和收藏谷子,不仅是物质上的收藏,“更是年轻人构建新圈子和文化认同的一种方式,是情感上的陪伴和认同感的来源。”

事实上,动漫周边、文创产品的制作其实一直都存在,但直到近几年,谷子完

整的生产流通结构才日渐成型。

在“买谷”“吃谷”的环节,消费者追求的是陪伴感,用购买周边产品的方式,将喜爱的角色以实体形态留在身边,延长某一部作品带来的情绪满足时间;而到了“晒谷”“出谷”的环节,谷子则被赋予了更强的社交属性。

在谷子的诸多品类里,有三种最有群众基础,也最有流通性,被称为谷圈“地三鲜”,分别是镭射票、吧唧、流麻。吧唧,是铁皮徽章;镭射票,是有闪光效果的卡片;流麻的全称叫流沙麻将,是一种嵌入了闪光流沙材质的亚克力。

不要小看这些不起眼的谷子。今年年初,闲鱼App有过一次海景谷拍卖,标的是一枚日本动漫《排球少年》吧唧,最后成交价高达7.2万元。

圈子,悦己悦人催生市场

90后南通小伙小成从2009年上学起购买和收藏二次元周边。

“我喜欢动漫人物角色模型,比如,游戏《BLACK★ROCK SHOOTER》中的黑岩射手、《机动战士高达SEED DESTINY》中的高达模型、《英雄联盟》里的英雄角色。”对于小成来说,那是自己青春期的纪念。

“近几年,谷子兴起,不少饰品店、潮玩店也有售卖。”在文峰大世界的谷子店——次元无极工作的店员介绍,逛谷子店更容易遇到同好,有缘的话还能玩到一起。“在收银台,我们设置了专属的社群二维码。”

二次元消费的本质是文化认同,

体现的是情绪消费,为快乐买单。为此,文峰大世界推出二次元市集,众多“吃谷人”精心装扮,摊起小桌布,在贩卖“兴趣周边”的同时,进行着一场社交聚会。

“不仅限定要买,联名也要买,谷子越多就拥有越真实的陪伴感。”圈内不少人表示,线下集会能拓展交际,小物件也可用于朋友间互送,加深感情。

相比5元、10元价格起步的谷子,Lo裙的门槛相对较高。“客单均价在600元。”仲夏物语“Lo裙”店的店员小秋今年刚满20岁,是位资深“Lo娘”。她介绍,从上学起,前前后后买了100多件。“每年一半的花费用于生

活日常,另一半用于买裙子,每年支出逾万元。”

基于不菲的消费支出和毕业后工作时间紧张,有不少曾经的狂热“Lo娘”会逐渐降温淡出圈外。

读书期间,“Lo娘”波波会跟进不少新裙款式,有款预售600多元的卢瓦尔葡萄园她期待已久,但此番文峰大世界三店齐开,货源充足,她却只是看看。

“工作后会‘淡’很多,过下眼瘾就好了,平时最多买买JK短裙,价格低很多,周末也可以穿穿拍照。”波波笑言,“永远会有人‘18岁’,这个圈子流入流出很正常,但肯定会一直有人在。”



江海晚报祝福类启事登报
主流媒体 权威官宣 个性化办理
咨询热线:0513-85118892

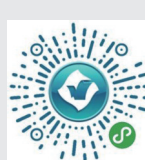


友情提醒:有意在本栏目投放分类广告的客户,可至南通报业传媒大厦办理相关手续。

招聘求职 保洁清洗 搬家搬迁 征婚交友
家政服务 房屋租赁 二手车讯 快餐外卖

南通日报社遗失启事、公告刊登

办理方式:一、线下办理可至南通报业传媒大厦(南通市世纪大道8号)22层2210室;二、线上办理可微信搜索小程序“南通报业遗失公告办理”。刊登热线:0513-68218781



(广告)
线上办理请扫码

创办十九年,数千对成功配婚,良好的社会口碑



凡来鸿运婚介征婚、交友的单身男女照片或手机号都不会透露给其他人,这是我们的职责。
承诺:不满意不付婚介费 微信号:18912286139 13962983156
小石桥红绿灯东100米马路北、四路车站楼上 征婚热线:85292569 15851252008