



一边吃谷 一边痛

年轻人刮起“谷子风”，带动二次元周边消费增长，为商圈经济带来新活力

本届巴黎奥运会，00后小将扛起了争金夺银的大旗。赛场下面，00后的松弛感也引发热议，“全红婵跳水痛包”“全红婵到底买了多少乌龟”“潘展乐有自己的痛床”等话题登上热搜。

什么是“痛文化”？杭州二次元爱好者潘桑用大白话表示：“就是用喜爱的动漫周边来做装饰，装饰的东西多种多样。包、车子、房间都能成为‘痛文化’的载体，可以说是万物可‘痛’。”

“痛文化”的主力来自“谷圈”，也就是那些热衷购买动漫周边的二次元爱好者。今年以来，二次元圈层中的“谷子”爆火，成为业内最受关注的话题之一。“吃谷”不仅成为年轻人快乐买单的一种生活方式，还带动二次元周边的消费增长，让谷子店成为新的旅游地标，为商圈经济带来新活力。

情绪价值

年轻人刮起"谷子风" 乐意为快乐买单

尽管谷子的种类繁多，但其用料成本较低，大多为亚克力、激光卡纸、铁片等材料。巴掌大的一块塑料杯垫，售价能高达48元。然而，如此高价并不妨碍谷圈消费者们剁手。

00后大学生小陈是一名吃谷达人。“之前为了一块徽章蹲守了两天等上货，结果下单慢了一步没买成。”他介绍，这样的情况在谷圈早已见怪不怪，“对大部分吃谷人来说，谷子承载着许多情绪价值，不论是线上线下，大家都乐意买单。”小陈说，自己更乐意在线下吃谷，“当看到线下商店摆放整齐的谷子，那种满足感是线上图片介绍无法相比的。即便线下价格相对高一些，也心甘情愿掏腰包。”

为何年轻人喜欢“谷子”呢？“谷子”文化的出现带着时代的印记，反映了新时代年轻群体的需求——渴望被理解、追求新鲜事物、展现自我观点、寻求认可。

丰泽区校外未成年人心理健康辅导站老师、国家三级心理咨询师杨梓榆表示，青春期的青少年正处于自我同一性心理阶段，向外寻求自我价值和他人认同的时期。从个体的角度来看，“谷子”作为二次元文化的延伸，无论是动漫人物、游戏角色还是故事情节，作品所呈现的人物设定以及故事内核是相对稳定且较为完美的，这容易让青少年“心

动”。

杨梓榆介绍，“谷子”是二次元从二维空间转到三维空间，从扁平的人物转为具体的、可触碰的真实物件。它作为一种媒介，既投射了青少年内在的个性特点和爱好兴趣，也连接了具有共性的群体。“它的随身携带性让年轻人随时随地感受到喜爱人物的陪伴，在学习的间隙、工作的压力中获得一丝动力。”

谷子在满足消费者们的情绪价值的同时，也创造出多元化的社交场景。比如，当抽盲盒属性的谷子非心中所爱，可将其留在货架上等待“有缘人”交换。当谷友将喜欢的动漫徽章佩戴在身上，也可能会有志同道合的谷友主动搭讪聊天……这些小众的交友方式，“谷圈”消费者们乐此不疲地进行着。

业内人士表示，在未来，“谷圈”文化或将越来越丰富，覆盖面也将更加广泛，“因为它能抓住年轻群体的心。”

谷子

即“Goods”商品的谐音，指与动漫、游戏、小说、特摄、偶像等版权作品相关的周边商品，包括但不限于立牌、徽章、挂件等，形式多样，既有个性也有收藏性。

吃谷

谷圈特指收集ACG（动画、漫画、游戏的统称）周边产品的群体，而购买、收藏“谷子”的行为被称为“吃谷”。

痛包

“痛”在日语中有“特别执着于某些事物”的意思，“痛包”是用大量周边装饰的包包，比较常见的是用吧唧（徽章）来装饰。被奥运冠军全红婵数次“带货”的，就有这样的“痛包”。

数读二次元经济

●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**。

●据《中国二次元内容行业白皮书》数据，2023年二次元用户规模已达**4.9亿人**，其中核心二次元用户达**1.2亿人**。

●美团数据显示，今年1月1日至4月23日，全国范围内“谷子店”搜索词同比增长**8227.2%**，“谷子”相关评论量同比增速**451.5%**，点评条数同比增速**544.4%**。

消费群体

不只有年轻人 父母也会来“吃谷”

“吃谷”的人群不仅庞大，而且年龄跨度也很大。朱桂今年38岁，身为资深二次元人士的她，对很多亚文化群体都有深入了解，人到中年的她因为对很多二次元角色的喜爱，也开始“吃谷”，但也担心被外人认为幼稚。

不过，前一阵，朱桂在社交网站上看到了一帖子，帖子中询问“吃谷人”到底都是多大年纪，有一位39岁的网友跟了帖，她也终于鼓起勇气上去给这位同龄人留言并点赞。没想到，朱桂的这条回复也获得了近百条点赞，很多三四十岁的“吃谷人”像她一样跑出来认领自己的同龄人。还有一位十几岁的孩子在后面留言说，我爸四十多岁了，他也“吃谷”。

在江苏一所学校读大四的计算机系学生赵思越，就和自己的妈妈一起“买谷”。她2023年开始玩游戏《重返未来1999》，这个游戏画风精美，故事情节和人物设都借鉴了神秘学和希腊神话的知识，美术上也有着古典式的审美，非常吸引人，她逐渐迷上了游戏中的角色“37”——一个性格独特的天才数学家女孩。2023年，“37”这个角色出了一个漂亮的周边产品，赵思越终于没忍住“入坑”了。后来，她甚至曾经花

手市场上收购了一盒“吧唧”——平均下来一个要140多元。后来，她把其中一些“吧唧”在网上卖掉，还赚到了一些钱。

一开始，赵思越的妈妈并不理解，为什么女儿手中那个印着精美图案的“铁片”要卖这么贵。于是，她问女儿，铁片上画的小女孩到底是谁，游戏里的故事到底是什么样的。很快，妈妈也喜欢上了这个游戏的故事情节，甚至有了自己喜欢的角色。

暑假期间，走进北京王府井、西单或者崇文门的任何一家“谷子店”，都能看到全家人共同在“谷子店”打卡逛街的场景，也有很多人在网上晒过带着爸妈一起逛“谷子店”的照片。正如那些说着“我爸妈也买谷”的网友所言，这些“70后”“80后”父母本来就是中国第一代二次元消费的群体，从小看着动画、动漫长大，自然不会反对孩子也加入其中。

只要多逛几个“谷子店”，就可以看到，最受“吃谷”界人士欢迎的产品，很好地体现了这种面向多个年龄层的倾向。在年轻人中间，国产动画片《非人哉》《罗小黑战记》，国产游戏《光与夜之恋》《未定事件簿》的人气都非常火爆。但另一面，《海贼王》《名侦探柯南》《蜡笔小新》《机器猫》这些“80后”时代的经典动漫的“谷子”也常年热销。

谷子经济

谷子店遍地开花 二次元带活老商场

随着二次元市场的火热，“谷子经济”快速发展。在北京西单商圈，华威大厦三层潮铺街有多家人气“谷子店”，集合热门游戏和动漫IP，售卖徽章、立牌、相纸、海报等周边商品。大厦四层也推出了“元漫二次元市集”，一到周末这里便聚集了来“吃谷”的二次元爱好者。

在北京王府井商圈，喜悦商场、银泰in88也相继开出“谷子店”，一到周末各家“谷子店”人头攒动。在喜悦商场地下二层，穿过一条摆满二次元“谷子”交换摊位的通道，布谷社、甘乐屋、次元猫等几家店铺扎堆聚在一起。

不只是北京，“谷子店”的热闹景象正在全国多地上演。

位于南京东路的上海百联ZX创趣场，是国内首座二次元商业体，自去年初开业就成了二次元打卡胜地。人气背后则是实打实的销售额，根据上海市国资委公开信息，截至2023年12月31日，百联ZX创趣场销售额达3亿元，接待顾客950万人次，会员数达20万人。转型二次元后，商场的客流量最高时增长了十倍以上。

今年上半年，湖滨88、湖滨银泰in77与工联CC等人流量较为密集的杭州老字号商圈，也不约而同地引入了以二次元为主的新兴业态，旨在吸引更多年轻消费者。武汉X118、成都天府红、重庆方圆LIVE等类似商业空间也纷纷跟进，泛二次元线下商业风潮迅速在一二线城市蔓延开来。

随着“吃谷”的兴起，中国很多城市的谷店正在重新定义商场和商区，甚至成为新的旅游地标。中国商业联合会专家委员会委员赖阳表示，“谷子店”具有社群化倾向，这一消费过程不仅是购买商品，也是相同爱好者交流的过程和场景，因此商场布局“谷子店”能够提升购物中心的客流量。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅表示，“谷子店”对商场客流量有显著的带动作用，独特的商品和氛围在带动“谷子店”消费的同时，也会间接带动其他类型店铺的消费。

从更广义的视角来看，谷子承载的不只是消费者片刻的情绪价值，也不只是千亿级别的市场和“老商场起死回生的秘密”，而同样可以提供一些文化传播方面的先行经验。对于一个ip来说，内容当然是核心竞争力，而在它的下游，文化产品的生产链条越完整、越能调动消费者的积极性和参与度，这种文化也就越有成为“流行”的可能。

建议

警惕沉迷 理性“吃谷”

- 针对未成年人“吃谷”的现象，父母可以通过“谷子”了解孩子的喜好，让孩子感受到理解和接纳，也可以侧面了解孩子的人格特点和交友情况，引导孩子理性看待二次元文化。
- 讨论怎么“吃谷”，不“吃”超过经济范围的“谷子”等，都可以成为亲子沟通话题的一部分。
- 家长可借此引导孩子建立合适的消费观，让孩子通过合理的方式获得相应的“谷子”，比如取得一定的成绩可以奖励“谷子”。
- 面对喜爱之物，无论小孩还是大人，都要分清二次元和现实，警惕过度沉迷，合情合理地“吃谷”。

（综合中国新闻网、光明网、中国消费者报、经济参考报等）
整理/佛山市新闻传媒中心记者 黎国栋

燃气安全进万家 关乎生命你我他

燃气专用金属软管有哪些优点？

- 1.耐高温。燃气专用金属软管的管体可耐高温，火焰烘烤仅影响外层包裹的PVC防护层。
- 2.耐腐蚀。燃气专用金属软管采用的材质，一般腐蚀性液体都能对付，而且它外表包覆的PVC防护层也有一定的阻燃、抗腐蚀作用。
- 3.抗老化。燃气专用金属软管不易发生老化、龟裂等现象。
- 4.防脱落。燃气专用金属软管一般采用螺纹丝扣连接，可防止意外脱落，从而大幅度提高安全系数。
- 5.防鼠咬且寿命长。普通软管容易被老鼠咬坏，燃气专用金属软管可防鼠咬。此外，燃气专用金属软管寿命为8年，符合规范要求。

 瀚蓝

佛山市南海燃气发展有限公司
燃气客服电话：81234111
燃气抢险电话：86227019

 瀚蓝

精诚服务 情润万家

南海供水水质公告

(2024年8月3日至2024年8月9日)

项目	国标要求(%)	统计结果(%)	检测项次(次)
出厂水合格率	≥95	100	168
管网水合格率	≥95	100	280

备注

- 1.出厂水检验项目是指浑浊度、色度、臭和味、肉眼可见物、游离氯、菌落总数、总大肠菌群、高锰酸盐指数(以O₂计)八个检测项目。
- 2.管网水检验项目是指浑浊度、色度、臭和味、游离氯、菌落总数、总大肠菌群、高锰酸盐指数(以O₂计)七个检测项目。
- 3.具体水质检测数据请关注南海供水公众号查看。



南海供水
微信公众号

瀚蓝南海供水客服热线：0757-86399222