

迪美购物中心

“三坑少女破产一条街”是如何诞生的

曾经在人民广场地铁站听到一段游客和保安的对话：“他们(cosplay)穿成这样,是因为今天有漫展吗?”“不啊,他们每天都这样。”

走出地铁1号线人民广场一号口,穿过正在停业装修的香港名店街,就能看到一张巨大的海报——“三坑破产一条街”往前200米。在很多上海人的记忆里,迪美购物中心是学生时代的网红地标。二十多年过去了,业态和商品都已变迁更迭过多轮。最近几年,迪美又重新找回了年轻人。

汉服、洛丽塔套装、JK制服,在二次元的粉丝群体里被称为“三坑”。因为一旦被圈粉,面对的就是一个深不见底的“烧钱大坑”。虽然“三坑”尚属小众群体爱好,具有一定消费门槛,但在过去的几年中,迪美购物中心已经形成了相当成熟的“三坑”服饰消费生态。

作为上海首家地下“潮流圣地”,迪美2012年左右受电商及同质经营冲击,盛况不再。2020年,Daydream街区试营业后,带来了更多的“三坑”店。在这个地下商场里,大量的“三坑”服装店在此聚集。各类门店包括魔咒MOJO、告白气球、绮丽少女、CuteQ等。尽管上述门店大多规模较小,但由于产生了一定的聚集效应,在社交平台被戏称为“破产一条街”。

这条号称“三坑少女破产一条街”的商业群落,还引入了新的手账店、BJD娃娃店、动漫手办店等各种泛二次元品牌。各种时髦有趣的小店一间间搬来,短短一年不到的时间,迪美摆脱了原本“真·破产一条街”的危局。

穿过一条摆满二次元谷子交换摊位的通道,几家谷子店扎堆聚在一起。漫步其中,你会发现COS服、汉服、洛丽塔套装、JK制服……年轻的男女们身着奇装异服,在迷宫般的地下街市里穿梭。在中心的开阔空间里,还有近120平方米空间,用于开展各类活动、加设花车等小零售商铺。

在社交平台和各种图文、短视频自媒体的影响下,“汉服热”“JK热”逐渐升温,“三坑”女孩的群体越来越庞大,逐渐成为“三坑”文化和消费的核心群体,带动以汉服、JK制服、Lo裙为代表的二次元文化不断与主流文化碰撞交融。

根据国泰君安证券的一份分析报告显示,2020年“三坑”服饰市场规模已超200亿元,该机构预测,到2025年,“三坑”市场规模有望达到1266亿元。沉迷于“三坑”的“破产女孩”们正在撑起一个千亿级市场。

如今的迪美如同老迪美的精神续作,保持了这里青春洋溢的小众气质,吸引的消费主体依然是初、高中学生群体,以及二次元文化的爱好者们。

细数原人民广场地下商业街“三剑客”,命运各有不同:上海1930风情街已经消失,香港名店街停业装修,唯独迪美购物中心营业不休。时过境迁,虽然地铁商业的整体经营情况大不如前,但仍在曲折中寻找不同的出路。在社交平台上,不少人在期待香港名店街早日回归,与迪美形成叠合效应,进一步加深这里的“二次元浓度”。



百联ZX

在上海不得不去的二次元圣地

如果要开一个“纯二次元大楼”,你会怎么设计?

首先,门头必须要有一个巨大的显示屏,上面轮番播放着新番老番的各种“名场面”。一楼陈列着各种模型手办,当然漫威DC超级英雄雕塑也要来几排,显得比较有牌面。扶梯上二楼,最好在IP上进一步细分。三楼四楼,最好再加餐点。当然了,地点要选择在四通八达的交通要道,以便迎来年轻而又汹涌的客流。

如今,真的有人(商场)做到了。

在“中华商业第一街”南京路上,“次元壁”进一步被打破。百联ZX积聚起涵盖谷子、手办、周边等衍生品零售,网红咖啡、主题餐厅等二次元餐饮,以及VR游乐、抓娃娃、扭蛋等二次元社交、体验的多元业态,真正有逻辑、有布局地将二次元消费、社交、体验等需求极致网罗,不得不感慨一句“它真的太懂二次元了”。

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20万人。

伴随着谷子经济的火热,这个原本出现在二次元世界里的小众文化,正逐渐进入主流世界。

进门右转的三月兽火爆程度超出想象,聚集了大量年轻人。“2023年了,我居然还能看到《盗墓笔记》的‘铁三角’。”“时光代理人这个谷真的巨巨巨好看!”一众年轻人正在挑选和点评各类周边。三月兽线下店集合了行业内大量正版手办模型及轻周边类产品,比如来自包括万代、世嘉、FuRyu、TAITO、寿屋等在内的知名衍生品品牌产品,涉及《航海王》《奥特曼》《龙珠》《高达》等众多高人气IP。

作为年轻人的聚集地,百联ZX就像是一座横跨现实与幻想的桥梁。它不仅有各种二次元文化的产物,更有着那些和你一样热爱二次元的年轻人。他们在这里寻找自我,发现新世界,也在二次元的世界里找到了彼此。

据了解,目前百联ZX引进了万代魂TAMASHII NATIONS(海外首店)、MEGA HOUSE、模玩熊、东映动画、COMIPLUS等全国首店,以及GASHAPON万代扭蛋、VR ZONE、三月兽、动物星球、蓝月的娃娃屋等上海首店。

《排球少年》《名侦探柯南》《明日方舟》《新世纪福音战士》……在这里,热门动漫中的COSER随处可见。在这个世界里,他们可以找到自己喜欢的角色、故事线和风格,也可以通过参与社群,与志同道合的人分享自己的喜好和想法。这种沉浸式的体验,让年轻人在享受娱乐的同时,也能感受到一种归属感和满足感。“感觉很好玩,各种天马行空的思想汇聚在这里,让我找到了很多共鸣。”一位消费者这样评价。

