

# 拥抱这个充满活力的时代 万物皆可二次元

【文/青年报记者 陈嘉音 图/青年报记者 施剑平】

在这个充满活力与创意的时代，二次元已经从一种小众文化逐渐演变成一种广受年轻人追捧的潮流。它不仅仅是一种审美倾向，更是一种生活态度，一种表达个性的方式。如今，二次元文化已经渗透到了我们生活的方方面面，从衣着打扮到日常用品，甚至商业模式和经济发展，都受到了它的深远影响。

盲盒，这个源自日本福袋和扭蛋的创意产品，在中国找到了新的生命力。泡泡玛特等品牌的崛起，不仅证明了年轻人对二次元的热爱，更带动了二次元经济的发展。这些小小的盲盒，装载着无尽的惊喜和可能性，成为了年轻人追求新鲜感和刺激的一种方式。每一个盲盒的开启，都是对未知的探索，是对个性的彰显，也是对二次元文化的热爱。

与此同时，外来二次元文化在中国也落地生根，发展出了别样的形态。新世界城的“Fun肆街区”就是一个典型的例子。这个老牌商场通过引进二次元文化，成功吸引了大量年轻消费者，实现了华丽的转身。这种跨文化的融合与创新，不仅丰富了我们的消费体验，也为实体经济带来了巨大的流量。

面对二次元的火热，人们的创新举措层出不穷。从主题餐厅到二次元周边产品，从线上到线下，二次元文化正在以前所未有的速度影响着我们的生活。这种影响不仅仅是表面的，更是深层次的。它让我们看到了年轻人对于个性、创意和新鲜感的追求，也让我们看到了文化融合和创新所带来的巨大潜力。

在这个“万物皆可二次元”的时代，我们欣喜地看到，二次元文化已经成为了推动经济发展和文化创新的一股重要力量。它不仅仅是一种娱乐方式，更是一种生活态度和价值观的体现。让我们拥抱这个充满创意和活力的时代，共同见证二次元文化的繁荣与发展。



## 泡泡玛特旗舰店

### 盲盒爱好者的天堂，为喜爱买单

买全套叫“端盒”；付了定金等几个月发货的款叫“期货娃”；比自己购入价格便宜卖出叫“H入刀出”；像股票买卖一样叫“回血”“平仓”……在盲盒社群中，玩出经验的“大佬”们有着各种各样的“黑话”。他们会分享如何通过摇晃盒子，分辨里面的重量，感知大致的形状，从而判断是不是隐藏款。

盲盒火了这么多年，一定程度上代言着当下消费者的兴趣偏好和个性表达。整体面积超过500平方米，分为上下两层，处处彰显“未来感”和“科技感”的泡泡玛特全球旗舰店一经开张瞬间成为盲盒爱好者必去的“剁手圣地”。

走进这家泡泡玛特旗舰店，第一眼就会被门头上的巨型娃娃所吸引。一进门，你会瞬间被炫彩无比的娃娃们包围。店里用色彩划分，处处都摆满了可可爱爱的盲盒潮玩，SKULL PANDA、MOLLY、DIMOO轮番上线。一层是“色彩原力场”，用不同的色彩分区展现泡泡玛特潮玩IP的独特魅力，走进去就如同进入梦幻的迷宫，处处充满探索的乐趣。

二层是“抵达新世界”，以SPACE MOLLY系列为灵感，描绘出一幅未来先锋感的太空漫旅图，将通往二层的阶梯设计为集交通、美学、展陈三重属性为一体的功能区，描绘出一幅未来先锋感的太空漫旅图。空间的探索也如同新世界的开拓，一场振奋人心的旅程。置身其中仿佛和MOLLY一起经历了一场太空旅行。

据了解，为实现复杂构件的精美细节，二层的部分结构采用了3D打印技术拼合而成，这里也开辟了众多互动专区，让消费者在购物的同时，能够和IP产生更深度的互动。

当然，除了装修风格，这家旗舰店在盲盒上自然也有特殊的“排面”：店里有多款重磅新品首发，独家衍生品MOLLY上海风华系列徽章发售，“东方明珠”“琉璃窗”“外滩”“留声机”“世博馆”等设计极具城市特色，吸引大量消费者抢购，仅凭一层的开放便拿下泡泡玛特线下零售店销售第一。

其实，潮玩盲盒并不是泡泡玛特的原创，最早可以追溯到日本的福袋和扭蛋。而这种来自海外的文化，在中国发展出了盲盒品牌，泡泡玛特的注册会员总数有1141.5万人，潮玩盲盒仿佛真的有魔法。

买盲盒的乐趣在哪里呢？我想，大多数人其实是为盲盒的“不确定性”买单。有一个一直流传的故事能说明盲盒的乐趣所在：泡泡玛特创始人王宁曾经想把盲盒做成一个附带U盘的产品，看上去有点功能性。但他很快发现，消费者觉得U盘是多余的。盲盒的吸引力，似乎正在于它的“无用”，消费者不为功能，只为喜爱买单。

因为“无用”，所以最为“有用”。



## 新世界城“Fun肆街区”

### 转型破局，满足“Z世代”需求

十里南京路，一个新世界。

作为南京路上的璀璨起点，新世界城陪伴上海商业走过百余年历史，在日趋白热化的商场之争中，始终占据老上海人心中无可取代的地位。

如今，南京路上的老牌商场新世界城，四楼曾经的少女服饰层改头换面，变身为“Fun肆街区”，“二次元浓度”爆表，吸引了大批少男少女们。一边打“情怀牌”留存老客户，一边积极打造“体验类”业态拓展年轻客群，2019年，新世界城迎来开业以来最大规模的调整升级。

转型破局的核心就是围绕“Z世代”消费群体需求。新世界引进以二次元文化为主要内容的动漫游戏周边、桌游卡牌道场等头部品牌，以差异化定位打开市场。于是，自2022年下半年开始，他们便开始将四楼商场作为承接“二次元风暴”的试金石，先后引进潮玩星球、三丽欧(sanrio)、九木杂物社等头部二次元周边、潮玩品牌，一个命名为“Fun肆街区”的二次元主题商业街区应运而生。

据了解，新世界城潮玩星球主题餐厅于2022年9月15日开业至今，已创造出单日最高销售27万元的佳绩。在四楼还有一排扭蛋机器，不要小看它们，双休日一天内可以扭出1.3万元的销售额，是整个商场坪效最高的。

如今，一众老牌百货正在和新世界城一样“创新求变”。在新世界城四楼入驻有“Fun肆街区”，第一百货商业中心入驻有“绮丽次元街区”，以及毗邻南京路商圈的静安大悦城“八吉岛i—land”……短短一年多时间里，在这个以人民广场为圆心、辐射范围不到1平方公里的上海核心商业地标，“二次元风暴”解锁“Z世代”圈层，让老牌商圈装入了“年轻心”。

**+** 二次元文化正在以前所未有的速度影响着我们的生活，它让我们看到了年轻人对于个性、创意和新鲜感的追求，也让我们看到了文化融合和创新所带来的巨大潜力。



### 上海主要的二次元展会有哪些？

上海每年涉及的二次元展演有很多，如定期举办的ComicUP、ChinaJoy、Y3动漫节、BML等，不定期的就更多了。这些展演每年都会吸引来自四面八方的动漫迷和二次元爱好者。汇聚了众多知名二次元IP、动漫艺术家以及热爱二次元文化的创作者。展会现场，你可以看到各式各样的动漫人物手办、精美绝伦的同人画作，以及充满创意的二次元衍生品。在这里，每一个细节都充满了对动漫世界的热爱与敬意。

#### ●中国国际动漫游戏博览会(CCG EXPO)

**地址：**上海世博展览馆

**介绍：**CCG EXPO是中国最大的动漫游戏展会之一，每年吸引大量国内外知名动漫游戏厂商和爱好者前来参加。

#### ●中国国际数码互动娱乐展览会(ChinaJoy)

**地址：**上海新国际博览中心

**介绍：**ChinaJoy是中国最大的数码互动娱乐展会，也是全球数码互动娱乐领域最具影响力的盛会之一。

#### ●Bilibili World(BW漫展)

**地址：**上海国家会展中心

**介绍：**Bilibili World是由中国最大的弹幕视频网站Bilibili主办的线下二次元展会。

#### ●Comicup(CP)同人展

**地址：**国家会展中心(上海)或其他大型会展中心(具体地址根据每年展会安排而定)

**介绍：**Comicup(CP)同人展是上海地区知名的同人展会，也是国内最具规模和影响力的同人展会之一。