

是社交货币也是精神食粮 二次元有自己的谷圈

“塑料黄金”硬控年轻人

谷圈

热度攀升 国谷市场强势崛起

数据显示,2021年我国泛二次元用户已有约4.6亿人。我国泛二次元用户群体中购买周边的消费比例达到了56.2%。这就绕不开当下大热的二次元谷圈了。“谷圈”究竟是个什么圈?据了解,二次元谷圈特指那些热衷于收集与动漫、漫画、游戏(ACG)等版权作品相关的衍生周边产品的二次元文化爱好者圈层,通常包括粉丝、创作者、周边商家等多个相关群体。

谷圈中的“谷子”源自英文单词“goods”的谐音,意为周边商品,包括但不限于徽章、玩偶、扭蛋、挂件、立牌等多种产品形式。但是近年来,它更多时候指的是以动漫角色为中心、体积小、重量轻、材质不算昂贵的周边装饰品。

根据相关机构今年8月发布的《中国二次元内容行业白皮书》显示,我国二次元产业发展日臻成熟,二次元文化社会关注度升温、市场不断扩大,产业发展将迎来爆发期。随着二次元用户付费意愿提高及付费能力提升,预计到2026年,市场规模有望达1161.4亿元,其中动漫产业占比将超过44%。

值得注意的是,随着谷圈热度攀升,近一年来,国产动漫、游戏等IP衍生出的周边商品(即“国谷”)市场也强势崛起,迅速成为二次元消费的重要垂类。例如,从2023年淘宝公布的天猫双十一IP价值榜单来看,《原神》《光与夜之恋》《明日方舟》《恋与制作人》四款国产二次元内容向游戏IP位于TOP20行列。

其中,米哈游《原神》徽章仅天猫原神旗舰店就有多款产品的销量在10万件甚至30万件以上,单店的徽章销量超500万件。另外,国产游戏《恋与深空》旗舰店上线首批15款周边产品2小时内销售额就突破了4000万元。其中销量最高的“祁煜生日马口铁徽章”销量超70万件,以18元的单价计算,仅这款周边销售额便达到1260万元。

除了线上平台,线下的谷子店也盘活了一众实体商场。今年3月29日,Chiikawa x Miniso的主题快闪店全国首站在上海静安大悦城亮相,开展首日10小时内就创下了268万元的销售纪录,同时也创下静安大悦城IP展单日最高销售纪录。3月30日,Chiikawa相关话题登上微博上海同城热搜榜第1名。截至4月17日,Chiikawa主题快闪静安大悦城店20天销售金额达2000万元。

吃谷人

吃的是“精神食粮” 爱的是二次元文化

成长于移动互联网时代的Z世代是二次元文化的坚实爱好者,而谷圈的核心群体以00后和10后为主。谷圈里买谷子的人把自己称为吃谷人,他们主要通过购买周边商品来展现对某部动漫或某个角色的热爱,这些商品不仅具有收藏价值,还成为玩家之间的新社交货币。

热衷“买谷”的年轻人,同时也热爱在社交媒体上发帖“晒谷”。截至发稿,谷子这一话题在小红书上的浏览量多达25.9亿次。话题下方都是吃谷人晒出来的自己的痛桌、痛墙、痛包、痛搭。谷圈成



年轻人购买谷物。

青年报记者 刘秦春 摄

[专家]

投射创造生活 青少年赋予谷子特殊价值

二次元谷圈为什么对年轻人有那么大的吸引力?在复旦大学社会学专家顾晓鸣教授看来,这背后其实存在着一个普遍现象:“青少年时期,人们往往会对一些看似毫无价值的物品产生浓厚的兴趣。比如我们小时候收集的糖果纸、烟盒等,这些物品本身可能不具备任何实用价值,但它们却被赋予了特殊的意义。”

“年轻人会赋予这些物品特殊的价值,比如某些罕见的周边产品因为被投射了吃谷人的某种特殊的情感,就会变得极其珍贵。这种现象并不是今天才有的,实际上每一代人都经历过类似的过程。”顾晓鸣进一步解释道。

顾晓鸣还指出:“年轻人在收集这些物品的过程中,实际上是创造了自己的生活意义。他们将普通的事物变成了具有特殊意义的东西,这是一种化腐朽为神奇的过程,所以会让人着迷。”

“或许我们也可以将二次元谷圈视为一种全新的社会现象,在新的传播和技术环境下,探索如何以数字化或其他创新方式处理这些物品。这样一来,这些圈层就能够成为青少年相互交流、合作、学习和创新的积极平台了。”顾晓鸣表示。

青年发现

你听说过二次元谷圈吗?你知道吃谷人常说的吧唧是什么吗?数据显示,2021年我国泛二次元用户群体就已经超过4.6亿,其中一半以上购买过周边产品。吃谷人不仅舍得花钱买谷,还在社交平台晒谷,这是他们新的社交货币,也是他们的精神食粮和情感寄托。“塑料黄金”为何能够硬控当代年轻人?听听专家怎么说。

青年报记者 刘秦春



国谷吧唧。

员们聚集在这里交流分享自己的收藏心得、晒出自己的谷子展示柜,甚至进行“摆阵”和圈子里的朋友展示自己的成果。“谷子不晒,等于没买。”谷友小桑说道。

谷圈有自己的术语,如“吧唧”指徽章,“柄图”指图案,“我推”指喜欢的角色,“烫”指抢手等。目前谷子中比较受欢迎的品类是吧唧、色纸小卡拍立得、亚克力牌/砖/流麻/挂件等轻周边。

为什么买谷?对此,小红表示:“这个问题最近也一直徘徊在我脑中。对我来说,买谷的我就像一只小仓鼠,默默囤积着自己喜欢的东西,然后每次打开封存谷子的盒子,就能反复感受一次好喜欢好开心的美丽心情,我会想这或许就是我存在的痕迹吧,这就是我选择买谷的理由,简单纯粹。”

谷圈的消费呈现出年轻化、个性化、情感化的趋势。年轻消费者更加注重产品的独特性和情感价值,因此,即使谷圈内的谷子的价格很“癫”(昂贵),他们也愿意为自己喜爱的角色和作品买单。通常一个吧唧售价在几元到几十元不等,一个“娃”要上百元,更贵的要上千元,上不封顶。因此,谷子又被戏称为是“塑料黄金”。

“20块钱的奶茶我看都不看,20块钱的吧唧我说买就买。”丽丝告诉记者,她喜欢谷子是因为她觉得谷子就是当代年轻人的精神支柱。“相比去看心理医生的钱,买谷子才多少钱啊。现在能有东西去寄托自己的感情已经算是一件很幸运的事情了。”

研学拓视野 实践悟真知

——华东师范大学第一附属中学开展多元文化研学活动



这次瑞士研学之旅,不仅让学生们收获了知识与见识,也让他们有责任、敢担当。在未来的日子里,他们将以更加饱满的热情和坚定的信念,继续前行在探索与成长的道路上。

智汇光华 海韵扬帆

为积极响应虹口区全国中小学科学教育实验区建设号召,华东师大一附中将“五育并举”的教育理念融入高中综合实践活动课程《丈量中国 德行天下》,并于暑期策划了“海洋探索之旅”——山东青岛研学,旨在通过跨区域、跨学科的研学实践,丰富学生对于文化、历史和科技的魅力,拓宽其视野,激发其思维,为未来社会培育栋梁之材筑基。

研学期间,青岛这座青绿交融的海滨城市成为了学生们探索海洋奥秘的舞台。他们感受其深邃与浩瀚,体会百折不挠的奋斗精神,见证自然的壮丽史诗。深海基地内,蛟龙号与深海一号的雄姿让学生们近距离感受国家科技的力量,对“上九天揽月,下五洋捉鳖”的壮举心生自豪。而在帆船体验中,学生们乘风破浪,与海浪共舞,享受海风轻拂的惬意,体验自由与冒险的乐趣。五天研学,不仅让学生们的知识储备得以充实,更在团队合作中加深了友谊,激发了他们对未知世界的好奇与探索欲,以及对未来不懈奋斗的热情。这段旅程,将成为他们青春记忆中一抹亮丽的色彩,照亮前行的道路。

这些跨越山海、远渡重洋的多元文化深度探索研学之旅,不仅是视觉与知识的双重盛宴,更是一次触及心灵、启迪梦想的非凡航程,为学生们镌刻下这个夏天独有的璀璨记忆。展望未来,华东师大一附中将持续策划并实施更为丰富的多元文化研学活动,旨在深化学生对于五育深度融合的领悟与实践,不断完善学校的育人课程体系,为学生全面发展铺设更加坚实的基石。

文/袁芳



“读万卷书知天下事,行万里路见天地宽”。为丰富广大青少年暑期生活,促进青少年健康成长、开阔视野,培养其实践能力和创新精神,华东师范大学第一附属中学基于“五育融合”的高中综合实践活动课程特点,精心策划了一系列多元文化研学活动。

体验文化交融 聆听多元声音

7月23日至31日,华东师大一附中的七名学生踏上了“联合国可持续发展青少年赋能项目”瑞士研学之旅。这不仅仅是一场跨越国界的学术探索,更是一次心灵的洗礼与成长的飞跃。

从日内瓦的古朴典雅到伯尔尼的沧桑厚重,再到卢塞恩的静谧祥和,学生们仿佛穿越时空,与不同文化进行了一场深度对话;在洛桑联邦理工学院(CPFL)和苏黎世联邦理工学院(ETH)的探访中,他们不仅感受到了顶尖学府的学术氛围,更在心中种下了追求卓越的种子;在日内瓦的联合国总部,学生们对全球治理有了更全面的认识,看到了国际合作的力量。

尤为值得一提的是,在联合国训练研究所总部(UNITAR)的舞台上,学生们以自信的姿态发表了关于全球性可持续发展目标(SDGs)的演讲。他们的声音跨越国界,传递着青少年对于全球未来的期许与责任。正如孙同学在感悟中所写:“这次研学活动不仅仅是一次简单的旅行,更是一次深刻的人生体验。它让我深刻反思了全球社会的包容性和公正性,也让我更加明白了自己的责任与使命。我希望能够将所学所思转化为实际行动,为可持续发展事业贡献自己的力量。”