



你身边有人“吃谷”吗？

“谷子经济”受年轻人追捧 二次元衍生品成线下商圈“流量密码”

“谷子经济”为什么火？

“谷子经济”能如此火热，离不开“Z世代”人群的推动。如今，爱好二次元的年轻人出来逛街看到“谷子店”都会顺道来转转，“吃谷”、逛“谷子店”已是一种消遣方式。对于这群年轻人来说，“吃谷”不仅为他们提供了情绪价值，还成为一种社交方式，通过在社交媒体上“晒谷”，分享自己的收藏，他们能够结识更多志同道合的朋友，建立起自己的社交圈子，并形成了一套独特且有意思的圈内术语。据统计，在抖音平台，“谷子”相关话题播放量已超100亿人次；在小红书平台，“谷子”相关话题浏览量已超20亿人次。

“谷子经济”的爆发式增长，不仅源于年轻消费群体的热情支撑，更与国内动画、游戏等内容产业的系统性崛起密不可分。作为产业链上游的核心引擎，以《原神》《明日方舟》《崩坏：星穹铁道》等为代表的国产IP，通过内容深耕、跨界联动与产品创新三维发力，持续扩大市场声量，为下游衍生品市场注入强劲动能，成为“谷子经济”规模突破千亿的核心基石。

对于一众二次元游戏厂商而言，推出一款能深入粉丝内心的周边，不仅能提高用户粘性，还是维持游戏热度、实现流量“破圈”的重要手段。目前，业内人士已经把策划周边产品视作一件营销法宝，都在比拼谁家的产品更好、更火。例如，《崩坏：星穹铁道》以科幻哲学题材吸引泛二次元用户，其角色设计衍生出的徽章、立牌等周边成为玩家情感载体；《明日方舟》凭借独特世界观和角色塑造，推动“博士”（玩家称号）群体形成高粘性社群，为周边消费奠定基础。

数据显示，谷子消费呈现出年轻化、高频次、高增速的趋势。女性消费者越来越爱买谷子了，人群占比从2023年的67%提升至2025年的78%。05后是谷子消费增速最快的群体，与00后并列成为“吃谷”主力军。谷子品类方面，数据显示，“吧唧”（徽章）是今年最主流的谷子种类，占谷子销量六成以上，且热度不断上升。纸制品谷子销量占比19%，其中明信片、色纸（印有角色插画的硬纸板）、相卡（类似照片质感的方形卡片）热度有所上涨，吃谷人偏爱轻量化、易携带的周边装饰品。

“谷子店”成商圈引流新贵

在青岛市北区万达商厦9楼的走廊尽头，摆放着二次元角色立牌和标语，提示人们这里有一家名为“谷语”的店铺。这种摆满了二次元产品的店铺，正是时下备受关注的“谷子店”。

在青岛，“谷子店”主要集中在大



年轻人在挑选二次元周边。



二次元摊位。



年轻人装扮成二次元里的角色。

型商圈。在青岛万象城一家名叫模玩之魂的店铺，记者一进门就看到了琳琅满目的二次元和游戏周边。“店铺宽敞明亮，谷子整齐摆放，每一个吃谷人的心情都瞬间变好了”“这里有超多种类的IP谷子，国产和日本的都有！而且每月还有独家IP新谷到店，场贩限定活动也超多，简直让人期待满满！”社交媒体上，不少谷友留言。

当传统商业体亟须新的发展路径时，“谷子店”等二次元相关产业迅速成为实体商圈的新贵。在青岛，各大商圈纷纷看好“谷子店”所带来的人流效应，并因此推出了一系列优惠政策，维客星城正是其中之一。维客星城为“谷子店”提供了一年免房租政策，除了7点谷之外，还招引了番之谷的山东首店以及潮玩星球、GOODSLOVE、暴蒙等多家店铺入驻。目前，维客星城的二次元业态已经初具规模，人流量有了显著提升。除维客星城外，西海岸的吾悦广场、长江UP·青年中心等都在积极打造青年文化集聚地，聚焦二次元业态。

2023年，上海原华联商厦转型改造而成的百联ZX创趣场，成为国内首座二次元商业体。上海市国资委公开信息显示，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。项目转

型前日均客流只有6000人次，转型后平日客流达2万—3万人次，节假日客流达3.5万—6万人次，增加了3—8倍。

样板在前，二次元的“爆改风”也从一线城市“蔓延”至全国各地。记者实地探访发现，在青岛二次元消费已突破单一店铺形态，形成多维度商业渗透：桌游店植入IP主题包厢，咖啡厅开发角色拉花套餐，书店增设国漫IP展台，文具店推出联名分区，甚至连母婴店爱婴室都设置了《小猪佩奇》专区……

青岛早报/观海新闻记者 于健
本版均为资料图片



让口袋里的钱真正“活”起来

对外经贸大学社会保障与金融研究中心主任 杜帅

清晨的菜市场里，张阿姨捏着钱包盘算着今日的菜价；傍晚的商场中，年轻情侣对着心仪的家电犹豫再三。这寻常生活里的犹豫，藏着当下消费市场的微妙心事——钱包鼓了些，可花钱的底气还得再攒攒。2025年盛夏，央行等六部门推出的5000亿元服务消费与养老再贷款，恰似一场及时雨，正试图滋润这片期待舒展的消费土壤。

服务业的毛细血管里，最能感知经济的脉动。街角的小餐馆盼着资金周转升级厨房，社区的养老驿站等着添置康复器材，这些关乎烟火气的微小愿望，曾困于“融资难、融资贵”的藩篱。如今，定向再贷款如精准滴灌的甘泉，让符合条件的服务业主体能以更低成本获得资金。延长贷款期限的政策，像给经营者松了松紧箍咒；减免违约金的暖意，更让消费者在分期消费时少了几分顾虑。

就像老裁缝量体裁衣，这金融“组合拳”也带着贴心的温度。想开民宿的返乡青年不必再为启动资金彻夜难眠，计划给父母请护工的上班族能通过消费信贷减轻短期压力。当金融工具接上了民生地气，那些“想消费却难消费”的纠结，或许会渐渐化作“能消费且愿消费”的从容。

解开顾虑，才能轻装前行。消费的密码从来不止于“能花”，更在于“敢花”。在工地打工多年的农民工，银行卡里的存款是给孩子上学、给老人看病的“定心丸”，即便有了消费信贷额度，他也更愿意选择“省一点，再省一点”。这种藏在储蓄数字背后的谨慎，道出了更深层的期盼——唯有卸下对未来的担忧，消费的脚步才能更轻快。

银行的账本上也有本难念的经。金融支持消费不是一放了之，而是要在风险防控与民生需求间找到平衡。正如老农庄稼既需浇水施肥，也需防病虫害，消费市场的健康生长，既要有政策暖意，也得有风险防控的底线思维。

筑牢根基，方能细水长流。要让消费的活水真正奔腾起来，还需从根源上培厚土壤。从事经济研究的人们经常说，社会保障网是消费信心的“压舱石”。当城乡养老金差距逐步缩小，当大病保险的兜底更坚实，当孩子上学、老人养老的后顾之忧渐渐消散，人们口袋里的钱才敢真正“活”起来。

就像候鸟需要安稳的巢穴才敢远飞，百姓也需要稳固的保障才能放开手脚。完善财产性收入渠道，让工薪族的钱包能通过稳健投资再鼓一点；强化职业技能培训，让劳动者的收入增长更有底气。这些藏在政策文本背后的民生期待，终将化作街头巷尾更踏实的笑脸、更舒展的眉头。