



# 年轻人掀起“吃谷”风 二次元产业规模快速增长

株洲晚报融媒体中心记者/伍靖雯

“你买过‘谷子’吗？”最近，这句年轻人之间的交流暗号冲上热搜，而在现实生活中，曾经不起眼的“谷子店”也悄然转身，成为实体商圈消费新贵。  
“谷子”实际上是英文“Goods”（商品）的谐音，代指漫画、动画、游戏、偶像等版权作品衍生出的周边产品。  
“谷子经济”为何这么火？又给传统商业体带来哪些机遇和改变？



株洲的“谷子店”遍地开花。 记者/伍靖雯 摄

## 二次元走向大众化

“出门逛街，我总会到‘谷子’店逛一逛。”11月28日，大汉·悦中心二楼的潮玩星球店内，95后市民张芮告诉记者。

此时，张芮对着一整排不同工艺的徽章精挑细选，对比磨砂、镭射等材质工艺效果。店内的不同展柜前，还陈列着各色精美的明信片、卡牌、玩偶等商品，吸引着年轻消费者的视线。

这些商品，都是根据动漫角色造型制作而来，也被称为“谷子”。购买“谷子”，被爱好者们称为“吃谷”。

年轻人为什么爱“吃谷”？作为资深二次元爱好者，张芮告诉记者，她自小学画画，也因此接触了很多动漫，初中开始她就用积攒的零花钱断断续续购买了一些动漫周边，家里也摆放了不少收藏，每回看到都能让她想起自己看动漫时的感动和欢乐。

在22岁的王欣星看来，“谷子”也是不少成

长于互联网时代的年轻人寻找伙伴的暗号。“比如我会将自己喜欢的动漫角色的周边产品挂在背包上，其他的爱好者们看到了，彼此会心一笑就能知晓。”王欣星说，株洲经常会有一些线上、线下的二次元分享交流会，大家也会给自己精挑细选的“谷子”进行二次加工并展示出来，“谷子”就是他们的社交新名片。

根据中研普华产业院发布的《2024-2029年中国二次元文化市场规划研究及未来潜力预测咨询报告》数据显示，近年来，我国二次元产业规模快速增长，泛二次元用户规模已达到近5亿人，成为全球最大的二次元市场。另有数据预测，预计今年全年国内二次元市场规模将突破2700亿元。

这也意味着，二次元早已告别很多人固有观念里的“小众”圈层，呈现出明显的大众化趋势。

## 小商品有高复购率

曾经，这些“谷子”是学校周边文具店的附属品，如今，随着90后、00后成为主要消费群体，他们的成长伴随着二次元文化，这也让二次元文化成为一个庞大的商业产业链，衍生品、周边产品等形式层出不穷，专门的“谷子店”在本地遍地开花。

株洲书城二楼的一家“谷子”店内，摆件、手办、徽章等各式产品种类齐全，吸引年轻顾客接踵而至。“我们的顾客群体比较广泛，但主要还是高中生和大学生。”该店工作人员介绍，他们这家店经营了近10年，今年新开了1家分店，店里的产品均价相对较低，贴纸、收藏卡价格在

5~10元不等。如果是一般的学生消费，均价可能在20~30元左右。店里会根据时下流行的动漫、游戏等作品不定期更新，紧跟年轻人的消费需求，所以复购率较高。

市民刘磊告诉记者，他之前更喜欢收集手办，但每个都要几百甚至上千元，又贵又占空间。现在的“谷子”爱好者们，更喜欢收集单价低、小巧便携的亚克力材质制品，虽然单价低了，但消费频次容易变高，他每个月在这方面的消费大概在200元左右，一年下来也不是个小数字。

“不要小看年轻人的购买力。”本地另一家二次元文创产品店负责人王磊告诉记者，年轻人愿意为情绪价值买单，这些伴随他们成长的动漫卡通作品的周边产品，很容易引起人们的情感共鸣，也成了他们追逐和消费的理由。

越来越多城市商圈嗅到了二次元商机，迅速投入主动拥抱年轻人。比如，广州打造的动漫星城广场、武汉打造的二次元主题商场X118等等，不仅成为二次元爱好者的打卡胜地，也是城市文旅的新亮点。

株洲也在尝试通过举办动漫展览等方式“破圈”引流。去年，云龙万达广场围绕知名游戏举行二次元专场活动，不仅吸引了本地客流，还有效带动周边长沙、湘潭等地的爱好者们专程前往；今年8月，株洲国际会展中心首次举办的株洲元动漫展，吸引入场客流超过3000人次。



各类动漫角色造型制作的“谷子”。 记者/伍靖雯 摄

## 二次元的钱，别想躺着赚

随着“谷子经济”越来越热，对从业者来说，欢喜之余也感到危机四伏。

首先是专业玩家和资本的到来，对于个人“谷子店”的降维打击。

今年以来，潮玩星球、卡游等全国连锁的“谷子”文创店相继在株洲开设，这些品牌大多背靠影视动漫和IP代理公司，拥有更丰富甚至独家的动漫IP资源，更低的成本和更快的上新能力。此外，名创优品、KKV等零售集合店也在联名二次元IP抢占市场。

“我们跟这些品牌连锁肯定没法比。”本地一家个人“谷子店”的老板陈纯告诉记者，开“谷子”店并非很多人想象中的低门槛生意，尤其是对二次元文化的了解以及选品上，都对个人从业者有较高要求，不然就容易出现库存积压等问题。“这个行业的人多了，但不是所有人都懂IP、懂卖货。”陈纯认为，二次元的钱很难赚，行业洗牌也是迟早的事。

记者注意到，目前不少二次元圈外的商家也尝试加入这一赛道，通过开辟“谷子区”等引流。

“今年是多了很多‘谷子店’，但一些小店的产品大同小异，很难有购买欲。”市民张芮告诉记者，消费者其实也会考虑商品的流通性等问题，往往正版、独家等商品会具有更强的吸引力。

业内人士看来，“谷子经济”与潮玩、盲盒相似，是年轻力商业的一种表现形式，随着行业竞争格局变化，只有那些真正有选品能力、懂二次元用户的品牌才会长久留存下来。

# 唐诗宋词入瓷器 数百瓷盘成奇景

株洲晚报融媒体中心记者/姚时美 通讯员/王继雄



▲林志庆正在向来访客人介绍瓷板画。 记者/姚时美 摄



▼诗句与意境画并茂的瓷板画。 记者/姚时美 摄

芦淞区白关镇姚家坝工业园，民企老总林志庆和他的湖南霖儒釉下五彩瓷诗词馆在当地家喻户晓。他在400个瓷盘上，绘制了《唐诗三百首》和《宋词一百首》，成为一道极为特别的景观。

## 学生时游历各地 经受文化洗礼

登高望远，只见江面烟波浩渺，白帆点点，群山由近及远，渐渐淡去。画面配唐诗：“白日依山尽，黄河入海流；欲穷千里目，更上一层楼。”这就是以《登鹳雀楼》为题材创作的瓷板画。

圆形瓷板画装裱于木板中，近看十分精美，远看非常壮观。一手创办湖南鑫庄机械配件有限责任公司和株洲哈迪威紧固件有限责任公司的林志庆，成天与机械配件打交道，为何会与诗词结缘？自称与新中国同龄的他，道出了其中缘由。

林志庆幼时随父母从上海迁居株洲。早年的艰辛生活，让他从古诗“多经疾苦，可与谋摄生；多历忧患，可与图涉世”中领悟到吃苦耐劳、奋发图强的人生哲理，小时候就敢在株洲北站到达场捡拾火红的煤渣作为家用燃料。

求学期间，他熟读《水浒传》《红楼梦》《唐诗三百首》等大量

书籍，对不少诗词早已倒背如流。还有过一次耗时半年的“千里走单骑”，去十多个城市寻找诗词原型。在成都武侯祠，他追思诸葛亮“苟全性命于乱世，不求闻达于诸侯”的淡泊情怀；在洛阳，他吟出“洛阳亲友如相问，一片冰心在玉壶。”；在桂林，他吟诵“海内存知己，天涯若比邻”，与同行者深情告别。

“读万卷书不如行万里路。这一次旅行，让我深刻接受了文化洗礼，开始有了家国情怀。”林志庆说。

上山下乡期间，他站在洞庭湖边，深感迷茫，感叹“日暮乡关何处是？烟波江上使人愁。”又在良师益友引导下，讨论《岳阳楼记》，受“先天下之忧而忧”鼓舞，振作起来。

此后几十年，无论是在国企上班，还是自主创业，林志庆虽历经艰辛，仍不忘用“仰天大笑出门去，我辈岂是蓬蒿人”勉励自己。

## 研读、绘制、烧制 每一步都饱含心血

2012年，已过花甲的林志庆将企业交给儿子打理，一心追求古诗词传承。林志庆琢磨，把诗词制作成精美画册也好，装帧称精致牌匾也罢，都会发生霉变，不能经久耐用。

“怎样才能让收藏的诗词经久不变？”林志庆把目光投向自家收藏的一些醴陵陶瓷上。

“画在瓷器上，这样无论风吹日晒，绘上去的诗词都不会变色。”林志庆说，绘制单个瓷板画早已有之，但成套绘制尚无先例。

“更重要的意义在于，这是将醴陵釉下五彩工艺制作与中华优秀传统文化有机结合的一次有效尝试。”林志庆说。

他和湖南省陶瓷工艺大师陈文、李华军、丁雄、赵为民、徐喜平等入深谈，也得到高度认可。

他和陈文从《唐诗三百首》入手，反复研读每一首诗的意境，在一次次“头脑风暴”中，反复打磨诗句意境画，甚至达到了废寝忘食的地步，有时在梦中都会浮现意境画的画面。

之后，便是将诗句和意境画绘制到瓷器上，这个难度可不小。

醴陵釉下五彩必须经过1680摄氏度高温烧制，才能保持画

质原汁原味，稍有不慎就会画面失真。300件瓷盘要逐一做到尽善尽美，是一个漫长的过程。只要有一件作品烧制效果不理想，就得反复烧。

2018年，《唐诗三百首》瓷板画终于创作完成，画面一律层次感强、非常精美。

此后，林志庆和陈文、李华军、丁雄、赵为民、徐喜平等陶瓷艺术家继续合作，相继完成《宋词一百首》、五十六个民族人物肖像、祖国大江大河、二十四孝、二十四节气等彰显中华优秀传统文化的瓷板画创作。

“有山就有水，有水就有人，有人就有文明。我认为，中华民族的文明起源于山水，而文明精髓的传承，就在诗词中。”林志庆说。

同时，林志庆腾出480平方米厂房，打造湖南霖儒釉下五彩瓷绘诗词馆，将800多件瓷板画陈列其间，免费向公众开放，自己则当起义务讲解员，为来访游客讲解每一首诗词的释义，讲述每一幅意境画的内涵。

近年来，不仅当地百姓，还有不少诗词爱好者及部分机关单位组织人员来诗词馆参观。

荣誉随之而来。2023年，诗词馆被市诗词协会列为“中华诗词教育基地”。

## 儿子将传统文化融入企业经营当中

“我开始不支持父亲的做法，认为有些不务正业。”回忆起林志庆创作瓷板画，儿子庄丰宇说。

庄丰宇认为父亲此举费时费力，“瞎折腾”。但“百善孝为先”，他并未阻止。

随着自己人生阅历的增长，庄丰宇逐渐看到了创作背后的深意。

“一进门就能看到‘十大名山’。在中国传统文化中，山与万物有关，意味着这些山就是炎黄子孙的繁衍生息之地，而诗词通常以山水为背景抒发感慨，成为传承中华文化的重要载体。因此，我认识到，父亲是在用自己的方法，传承中华优秀传统文化的精髓。”庄丰宇说。

“说得好不如做得好。只有具体实践，才能得到传承。”为此，庄丰宇对父亲的做法转而支持。

庄丰宇在企业经营管理中，也在践行真善美的传统美德。

问：作为企业家，您为何对诗词情有独钟？

答：我经历了计划经济、上山下乡、改革开放等各个重要历史阶段，无论是深感迷茫时期，还是经历困苦阶段，抑或是事业有成以后，我都深感诗词里藏着大道理，可以激励、警醒自己，让我明白“胜不骄，败不馁”，要有“先天下之忧而忧”的家国情怀。

问：您下一步有何计划？

答：我的创作远未止步。接下来我要画完祖国的名山大川，画中国名楼，画各省、直辖市、自治区的大江大河，同样以诗词配上意境画，体现中国传统文化中的地方标记，比如大兴安岭、秦岭南、喜馬拉雅山等大山，岳阳楼、滕王閣、黄鹤楼等名楼，湖南的湘江，浙江的钱塘江，福建的闽江等江河。

问：您对诗词传承有何期待？

答：随着作品越来越多，我的诗词馆已无法承载，很多只能放在仓库。我愿意献出所有作品，支持我市打造瓷绘诗词主题博物馆，向社会免费开放，供人们参观学习。希望政府部门协调够大够宽的场地，并妥善管理，争取将博物馆打造成具有特色的传统文化教育基地和长株潭地区文化旅游打卡节点。

二次元业态吸引年轻消费者。 记者/伍靖雯 摄

