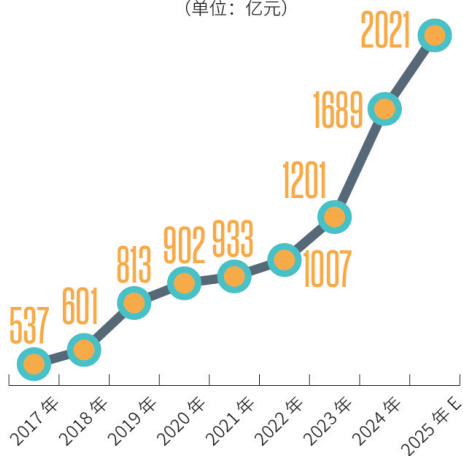


年轻人的小众兴趣爱好正在培育新的商业机会。谷子源于英文“goods”的音译,泛指二次元周边。“谷子”来自二次元文化,其是基于漫画、动画、游戏、偶像、特摄等内容IP(知识产权)而衍生出来的周边商品。谷子以人物角色形象为核心,强调收藏和展示性,品类繁多,包括吧唧(“徽章”的日语谐音,背后有别针)、镭射票(有炫彩的长条形纸片)和流麻(“流沙麻将”简称)、海报、卡片、挂件、立牌、手办、娃娃等。“吃谷”,即购买二次元IP属性的徽章、立牌等周边衍生产品“谷子”的行为;“谷店”,即为售卖“谷子”的店。

数据显示,中国谷子经济市场规模增长,在2024年达1689亿元,同比增长40.63%。泛二次元周边市场包含了所有与二次元文化相关的衍生产品,是一个更广泛的概念,伴随着二次元文化的普及和受众群体的扩大,越来越多的消费者开始关注并购买二次元周边产品,其中就包括各种谷子商品。2024年,中国泛二次元周边市场规模约为5977亿元。

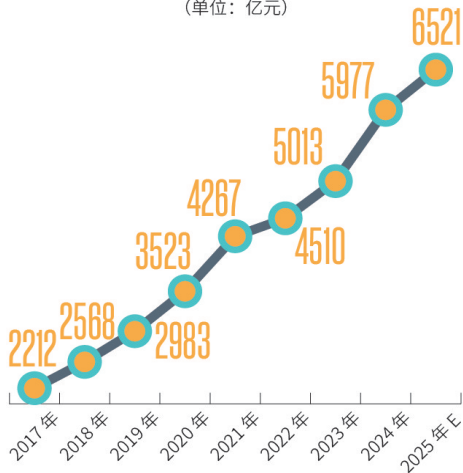
2024年中国谷子经济市场规模达1689亿元

(单位:亿元)



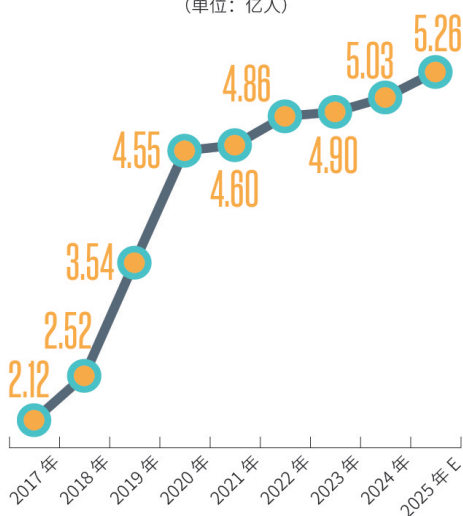
2024年中国泛二次元周边市场规模达5977亿元

(单位:亿元)



2024年中国泛二次元用户达5.03亿人

(单位:亿人)



## 年轻人小众爱好带来新商机 泛二次元周边市场近6000亿元

### 01 一块吧唧拍出7.2万元身价 众多企业加入谷子经济行列

从线上平台看,小红书上#谷子的话题浏览量高达20亿次;抖音平台#吃谷播放量更是近57亿次;百度指数显示,2011年以来,“谷子”的搜索指数不断提升。巨量算数数据显示,今年以“谷子”为关键词搜索热度同比增长39%;其中国庆假期期间,“谷子”相关话题搜索指数同比增长371%。根据中国玩协发布的《2024中国品牌授权行业发展白皮书》,2023年有42%的企业通过获得授权,商品零售额增长了1%~49%。

米哈游旗下《原神》《崩坏:星穹铁道》《未定事件簿》《崩坏3》等游戏的吧唧,在淘宝旗舰店有多款产品的销量在10万以上。米哈游的官网店,一款马口铁徽章售出了40万+件,每件售价15元。阴阳师官网店里,最热卖的是一款镭射闪卡,目前已经售出6000多件。

据天猫官方公布的数据,今年“双11”,叠纸心意旗舰店上新秒破5000万元,上新日成交额超2亿元。而代号鸢旗舰店开售1分钟内破百万元,开售15分钟内销售额破千万元。

二手交易方面,在闲鱼的一场拍卖中,一块直径75毫米、重达20克的知名日本动漫IP《排球少年》“吧唧”,拍出了7.2万元的天价。

因此,众多企业纷纷布局谷子经济领域,一些知名企业如泡泡玛特、卡游等已经成为行业的领军企业,拥有较高的品牌知名度和市场份额。

头部公司在竞争中占较大优势。冷门

IP市价基础底价数十万元,而热门IP则可能达到150万~200万元。规模大的公司往往能够以相对低的授权费用获得授权,同时由于其实力强劲,往往更容易获得热门IP的授权。

头部公司具备强大的设计师团队,有利于提升IP二次创作成功率。谷子的设计是吸引消费者的一大卖点,头部公司的设计师资源更强大,例如广博、卡游等,都有优秀设计师储备。设计师所设计的产品能否被市场认可需要时间验证,因此新公司的设计需要经过磨合才能逐渐贴合市场,短时间内很难超越头部公司的设计资源。

头部企业销售网络更完善,触达消费者的能力更强。渠道除销售产品的职能外,还兼具向厂商反馈市场热点的职能。

以卡游为例,该公司与国际、国内知名形象授权的合作案例超50个,引领行业孵化原创IP,并致力于国漫IP推广,现象级IP主要包括卡游代理的奥特曼、小马宝莉卡片系列等;截至2023年9月底,卡游已构建由44个IP组成的强大IP矩阵。2023年1~9月,卡游营业总收入为19.52亿元。

“谷子经济”撑起千亿规模新兴市场,成为资本追逐的方向。目前,多家公司已经布局谷子经济,包括泡泡玛特、卡游、广博股份、奥飞娱乐、实丰文化、元隆雅图、德艺文创、星辉娱乐等。谷子经济玩家主要有潮玩公司、游戏企业、动漫企业、文创企业、玩具企业、学习用品企业、商用游乐设备企业等。

### 02 二次元社区逐步兴起 带动购买动漫周边产品

与日本市场比较,分析师发现国内二次元产业的快速崛起主要受益于消费者对精神需求的重视程度在持续提高,以及国内IP品质的快速提升。

20世纪90年代,在日本,人们将更多时间精力投入到休闲娱乐中,漫画、动画和游戏逐渐成为日本精神消费的主流。该时期日本二次元产业规模复合增长率达到了3.4%。此后日本动画还在全球范

围内产生了深远的影响。

2010年,随着B站等二次元社区在中国兴起,国内消费者开始模仿日本动漫爱好者,主动购买动漫相关的周边商品。最初,这些周边商品主要是从日本进口的手办(动漫角色的塑料或黏土模型),价格相对较高。后来随着中国本土动漫游戏IP的崛起,基于国产动漫IP的周边商品逐渐吸引了大量消费者。

■策划:新快报记者 罗韵  
■采写:新快报记者 罗韵  
■制图:廖木兴

#### 中国谷子经济产业链

【上游】 IP 生产 万代 三丽鸥 叠纸 米哈游 腾讯 网易 阅文集团等
【中游】 IP 运营 AcFun 哔哩哔哩 艾漫 艺洲人 阿里鱼等
【下游】 产品设计与生产 姚记科技 广博集团 沐邦高科 卡游等
产品销售 泡泡玛特 头号玩家 三月兽 漫库 潮玩星球等
【二级市场】

#### 谷子经济消费者画像

