

# 大量引入动漫游戏周边业态 传统商圈从“卖货场”转变为“情绪消费场” 广州“二次元”特色商场 “圈粉”年轻人

■统筹:新快报记者 梁潇静  
■采写:新快报记者 陈洁 梁潇静 陈慕媛  
实习生 吴煜彤  
■摄影:新快报记者 陈洁 梁潇静 邓迪  
实习生 吴煜彤  
(部分图片由受访者提供)

每逢周末及节假日,年轻人身着Cosplay服装、背着“痛包(网络流行语,指挂满动漫角色徽章、玩偶等周边的包包)”,穿梭在广州各大二次元商圈里。他们或在“谷子店”(“谷子”音译自英文goods,在二次元圈子中指的是动漫、游戏周边产品)里流连忘返,或结伴谈论“新番”,或交流抽盲盒心得,或在动漫游戏IP立牌前拍照。这些新文化、新潮流让广州存量商圈焕发了新活力,带动商场从传统“卖货场”转变为具有社交属性的“情绪消费场”。



■码农立方打造具有“科韵路特色”的二次元商圈。



■二次元商圈内,Coser在谷子店铺附近“集邮”。

## 专家说

### ●广州市政协委员付伟: 培育提升拓展“谷地”“谷店” 形成繁荣的新消费生态

今年广州市两会上,广州市政协委员、《广东农垦》副主编付伟提案《打造更多谷地、谷店,激活广州谷子经济消费新动能》。他指出,广州谷子经济发展还存在一些突出短板,特别是对作为二次元经济常态化长效化发展重要支撑的线下消费场景(谷地、谷店)进行培育、提升、拓展的广度、深度、力度还不够大,繁荣的新消费生态还没有真正形成。

他表示,动漫星城、地王广场等二次元商圈是二次元经济的核心载体和主要场景,是承担变现IP价值和聚合消费群体复合功能的物理空间。“二次元商圈应与本土动漫游戏产业构建产业联盟,推动广州本土IP优先在广州首发、在广州办展、在广州出圈。推动谷地、谷子店等线下消费场所与动漫展览、嘉年华等联动,实现展览引流、多点消费、合作共赢的良性格局。”

他建议打造更多谷子经济线下消费场景。例如,优化区域布局,打造地铁一号线谷子经济高质量发展黄金带;在周边各区培育若干谷子经济高质量发展示范点,发挥辐射带动效应。同时,提升场景能级,结合城市更新,建设1-2个地标社区式二次元商业场景项目,打造若干特色鲜明、IP想象空间广阔的谷子街区;依托VR、AR、AI等技术,增强沉浸式感知等谷子经济线下消费场景体验;打造“谷子经济+夜经济”新消费形态。

“广州二次元经济未来的重要突破方向是推进岭南文化与二次元文化有机融合,”付伟说,“要在对岭南文化进行深度挖掘和精细梳理的基础上,打造一批地域特色鲜明的IP产品,比如对‘大湾鸡’进行二次元方向的再创作、再开发。”

### 广州市政协委员谭宇新: 创新文化消费场景 打造一站式文化消费体验

广州市政协委员谭宇新在去年广州市两会期间提案关注谷子经济,“谷子经济主要是个情绪经济,青少年愿意为自己的喜爱埋单,线下商圈是比较有优势。”

他表示,自己在学校负责德育教育,彼时,哪叱、黑神话悟空等动漫形象爆火,对青少年的影响很大。他认为,这些中华优秀传统文化精华如果能更好地开辟成二次元形式,将传统文化及其承载的价值观传达给青少年,将增强青少年的民族自豪感。

他说,做好德育教育,要有吸引青少年关注的内容,二次元正是一个不错的载体。他建议,创新文化消费场景,鼓励部分传统百货、购物中心、商业街设计改造引入谷子店或集合型文创店,配备主体餐厅,利用VR、AR技术,为消费者提供一站式和沉浸式的文化消费体验,激活市场。

## “买之即用”,线下“吃谷”更有体验感

在广州各大二次元商圈,TAMASHII SPOT、Animate、漫屋、潮玩星球、漫库、次元波板糖、墟弥Goods、TOP TOY等“谷子”与潮玩店铺已纷纷入驻。

数据显示,时尚天河聚集了谷子店、潮玩店、二次元主题餐饮、汉服/JK/Lolita服饰店等二次元相关店铺50余家,常态化二次元打卡点超20个。游戏爱好者林先生告诉新快报记者:“每次路过这些地方,我都会去看看有没有新出的游戏、喜欢的手办,看到喜欢的东西,很可能会冲动消费。”大学生语桐表示,自己喜欢的IP较多,一般每半个月会到线下打卡、买谷,每

次“买谷”花销在300元至500元之间。

在小鱼看来,部分官方线上商城上新采取预售模式,经常一两个月才能收到货,但线上官方商城的满减、满赠优惠更加划算,快速到手和社交属性是线下购物的一大优势。因此小鱼一般选择在线上购买常规款谷子,线下则更倾向于购买盲盒产品。她表示,“约朋友到线下买盲盒,大家一起抽体验感很好!”

线下购物的场景也带来了更多“体验后消费”。二次元爱好者阿星表示,去年自己到时尚天河参加了《原神》的线下限定快闪活动,在试穿游戏角色“芙宁娜”的印象服时,被小西装外套和鱼骨吊带连衣裙“种草”后,直接买了一件小西装。

## 如何做出特色? 广州二次元聚集地“各展所长”

动漫星城、时尚天河与地王广场都是广州较早发展起来的二次元聚集地,多位消费者表示体验感受不同。社交媒体上,有网友总结了一条广州“二次元”一日打卡路线:上午到时尚天河,中午在附近吃午餐;下午先到地王广场,逛完后去开摊的谷子市集;最后再到动漫星城,逛完到北京路吃晚餐。三个商场均位于广州地铁1号线沿线,交通十分便利。

在广州卓越地王广场经营管理有限公司总经理陆国能看来:“动漫星城是做产品和店铺的,时尚天河是做大体量的综合类快闪活动的,地王广场是做内容、线下娱乐活动的,大家做的是差异化的东西。”

“从早期引入汉服、JK等服饰业态,到主动布局谷子店,再到如今二次元生态全面成型,本质是‘跟着客群需求迭代’的过程,而非盲目跟风。”李

小姐指出,面对同类商圈的转型竞争,时尚天河的优势之一是先天优势与生态完整性。“我们已形成‘谷子零售+IP快闪+主题活动+圈层社交’的完整二次元生态,这种生态壁垒难以短期复制。”

陆国能介绍,自2024年起,地王广场逐步搭建以舞台表演、谷子市集等为核心的线下娱乐商业框架,与同类商场形成差异。目前,地王广场日常摊位数量超200个,泛二次元店铺超过100家,每月带动消费超千万元,提供就业岗位700余个,实现了提振消费、带动就业、服务民生的良性循环。

为在转型中保持优势,东方国际商业广场相关负责人表示,“码农立方”ACG主题街区围绕“产业生态+区域赋能+非标体验”进行差异化发展,打造具有“科韵路特色”的次元商圈。目前,3000㎡的秋子ACG超级贩售仓全国首店已进驻装修,将提供50万SKU的全品类矩阵,打造“非标不重样”的消费体验。

## 声音

### 商品同质化严重、真假混卖…… “二次元”商圈痛点待解

爱好者们也普遍反映,一些问题影响着他们在“二次元”商圈的体验。最常被提及的是商品同质化问题。“这里每一家店卖的东西都差不多,没有特色。”小雪认为,如果不是基于抽盲盒、买线上商城售罄或下架的商品等明确目的,“可能逛一两次就没什么兴趣了。”樱桃告诉新快报记者,线下谷子店的货架大多被大热IP占据,冷门IP的谷子较少,新品上新的速度也比不上线上商城。樱桃还表示,“真假混卖是更严重的问题”。多名消费者提到,即使在比较大型的商场,也有商家为了追逐利润,将假货或自印商品混杂在官方周边中售卖。常常购买已游周边的语桐还发现,

线下商店的一些谷子存在严重的溢价现象。“比如某款谷子官方价格是15元,但线下标价可能会是30元。消费者如果不熟悉商品价格,可能会以极高的溢价买到普通谷子。”

此外,在一些消费者看来,购物环境和配套设施的不足也影响了他们的购物、打卡体验。小慧告诉新快报记者,谷子店铺通常门面较小,商圈内部地图少、指示不够明确,她希望二次元商圈能够提供更加明确的地图、路线指示。小慧还提到,地王广场的负一、负三层存在空气不够流通的问题;语桐表示,动漫星城“厕所实在是太多了”,这也非常影响购物体验。

## “每周末都会来”,“二次元”让传统商场焕发活力

每到周末,前往广州动漫星城已成为大学生小雪的习惯。“感觉待在这里,可以脱离现实的烦恼。”她说。在常逛的二次元店铺里,她和店员成了朋友。“在动漫星城常常一待就是一整天。”除了选购动漫游戏周边,她也会点奶茶、买小吃,偶尔约朋友吃顿火锅。

像小雪这样的二次元爱好者,正为广州多个传统商场注入新的活力。数据显示,动漫星城目前经营动漫游戏周边业态数量占比超40%。2024年和2025年上半年,动漫星城分别实现收入9369.6万港元和4062.6万港元。时尚天河企划部负责人李小姐介

绍,2025年时尚天河二次元相关业态销售额同比增长超80%,带动餐饮、美妆等关联品类消费,形成“兴趣引流—多元消费”的良性循环。元旦期间,时尚天河凭借多场IP活动与潮玩互动,单日客流突破23万人次,快闪店销售环比激增150%。

2024年前后,地王广场开启了向二次元特色商业体的蜕变之路。地王广场企划经理叶小姐透露,持续火热的线下活动不仅聚集了人气,更直接带动商场整体业绩飙升。数据显示,转型后销售增长超200%,周末客流翻三至四倍,形成“业态集聚—客流增长—消费升级”的正向闭环。

## “同好氛围浓烈,在这里Cosplay不会有异样眼光”

新快报记者走访发现,这些二次元集聚地不仅集聚了动漫游戏周边店铺,商场内还设置了动漫游戏IP的人物立牌、大型玩偶等“打卡点”,定期还会引进IP快闪活动,持续吸引爱好者前来。

在IP打卡点和主题快闪店旁,记者看到不少粉丝在交换自制物料、合照留念。“二次元商圈最吸引我的,一是同好氛围浓烈,大家都是二次元,不用在意别人的眼光;二是线下店有时会有打卡活动,可以领明信片和小纸片,或者买到快闪限定商品。”樱桃说。

李小姐告诉新快报记者,2025年时尚天河全年落地各类二次元主题快闪活动就超过50场,涵盖《胜利女神:新的希望》《阴阳师》等热门IP。“我们

通过‘IP+餐饮’‘IP+饮品’等创新模式,让二次元元素渗透到商场各个角落。比如,COMIPLUS的IP联名奶茶,让二次元爱好者实现‘消费+体验’的双重满足。”

一些Cosplay(扮演自己喜爱的角色)爱好者还会在周末和节假日,相约到二次元商圈出cos(Cosplay缩写)逛街,或在漫展结束后前来“续场”。在广州,以动漫星城为代表的二次元商圈,逐渐成为Cosplay爱好者的日常集聚地和漫展“第二现场”。二次元爱好者小鱼表示,自己喜欢到动漫星城逛街的原因之一是“商场人比较多,经常能遇到线下活动立牌和Coser(角色扮演者)”。

在动漫星城西区,记者偶遇正在

化妆的Coser小白和她的“原皮”(没有穿着角色服饰)同伴。小白分享道:“我们有空的话就会约过来出cos,大家都是喜欢二次元的,不用担心会遇到异样的眼光。”化妆后,身着动漫角色服饰的小白穿梭在人群中,成为商圈流动的风景。小白和同伴在主题场景前拍照打卡,不一会儿,就遇到志同道合的角色粉丝上前“集邮”(玩家与Coser合照)。“有人来集邮,那就是意外之喜啦!”小白笑着说。



■2025年地王广场举办的“迎春谷市”吸引众多二次元爱好者。



■地王广场举办的二次元相关活动。



■妖精的尾巴主题快闪华南首站在时尚天河开展。



■地王广场入口处挂有“广州吃谷圣地”标语及各二次元IP海报。



■1月中旬,时尚天河中央表演舞台处设置了初音未来打卡点。

■码农立方引入的秋子ACG超级贩售仓全国首店面积达到3000㎡,目前已进驻装修。

