今天，你“吃谷”了吗？

◎ 记者 王 珏 文/摄

暑假快要过完了，“二次元”相关组织也趁着暑期的最后一波热潮推出了大量的活动。

8月23日，“活力龙岗重回大运”深圳龙岗重回大运国际动漫展暨 chicacg 动漫游戏嘉年华在大运中心体育馆举行。

8月23日，第六届 comicup 广州同人展（cpgz06）在广州琶洲保利世贸博览馆开幕。

据了解，截至8月9日，2024年我国累计注册 181.2 万家动漫相关企业，相比2023年同期增加9.7%。

二次元元素在消费市场上大放异彩，不仅自身规模不断增长，与其他消费领域的结合也拓宽了消费新空间。如《黑神话：悟空》与瑞幸联名推出的光栅卡片大火，瑞幸官方称周边在发售当天被“秒”空；上海举办的 bilibiliworld 大型线下嘉年华活动，共计超61.5万人预约门票；米哈游举办的2024年“原神·fes”活动，4天展会累计超过10万人次观展。

二次元能否成为文旅新消费创新驱动力？

邱馨从事动漫产业多年，她说：“二次元拥有庞大的粉丝群体，这些粉丝对二次元世界充满热爱，具有较高的消费热情和忠诚度。”她举例说西安的小寨银泰城，在转型为西北首家二次元经济产业聚集地后，吸引了大量二次元爱好者，今年端午节期间实现日销售额超 150 万元，客流单日同比提升 309%的佳绩。这表明二次元文化能够为文旅场所带来稳定且可观的客流量。

杭州国大运营总监月小刀说：“二次元文化具有丰富的创意和想象力，能创造出各种独特的角色、故事和场景，为空间运营提供了丰富的素材和灵感。而且，二次元文化的传播能力强，通过网络等渠道能快速传播，吸引更多人关注和参与。”

在小红书上输入“二次元”与“ city walk”，可以看到很多的种草笔记。比如，西安二次元爱好者会分享城市漫步攻略和漫展信息，吸引外地游客前来。西安梦乡漫展的跨城参会游客数量占比显著，来自上海、香港、北京、广州等地的二次元爱好者纷纷前来打卡，带动了当地文旅消费市场的火爆。再比如上海推出的“二次元 city work”主题活动，把很多以二次元为主题的商店，合成了一条旅游线路。

还有很多二次元文化与地方特色文化、其他产业等进行深度融合，创造出更多新颖的消费形式和体验。例如一些地方将当地传统文化元素与二次元结合，打造特色文旅产品；广州萤火虫动漫游戏嘉年华与岭南控股开展“旅游+二次元”战略合作，将漫展与当地旅游资源相融合，为游客提供全新体验的同时，也推动了文旅消费的增长。

“吃谷”能否走向大众消费？

“今天，你‘吃谷’了吗？”“今年暑假要去漫展‘扩列’”“我要穿成‘龙葵’的样子，徜徉在千年前的盛世长安！”

“吃谷”收集快乐，“谷子店”成商场转型“法宝”。“谷子”是英文“goods”的音译，指各种动漫、游戏等版权作品相关的周边商品，购买这些周边商品被称为“吃谷”。常见的“谷子”有徽章、挂饰、立牌、玩偶、色纸等，它们往往具有 IP 特点，创意独特、设计精美，深受年轻人喜爱。

在西安，“吃谷”正成为年轻人中的潮流，多家二次元头部“谷子店”进驻传统商业综合体，使商场人潮如织。如小寨银泰城经过改造，引入了众多二次元品牌店，设置了化妆间、摄影室和超大漫展宅舞活动区等。短短数月，就有 30 多家“谷子店”入驻。除了大型商场，一些散落在大街小巷的“谷子店”也吸引了大批年轻人前往。

正是看到了“二次元”文化的红利。很多一般地方文旅用“漫展”打开暑假。

火热夏季西安漫展扎堆。漫展是以动漫、游戏等内容为主题的展览，通常包括动漫游戏宣传推广、周边销售、角色扮演展示、游戏活动、舞台表演、嘉宾签售等内容。西安的漫展活动丰富多样，规模逐年扩大。创办于 2018 年的西安梦乡动漫展就是其中具有较大影响力的漫展之一。即将

举办的第十七届梦乡动漫展挑选了众多热门动漫 IP，并设置互动签售和衍生品区域。该漫展的主办方表示，国内 IP 正在崛起，如哪吒、非人哉、狐妖小红娘等，还有更多 coser 演绎中国经典 IP，这既彰显了文化自信，也表明中国文化创意产业充满无限可能。在动漫文化的普及和年轻一代的追捧下，西安漫展经济蓬勃发展，不仅使会展业受益，还吸引了全国各地的二次元爱好者，他们的到来进一步带动了当地文旅消费。

还有杭州的国际动漫节，自 2004 年在西湖边首次“出道”以来，历经二十载的蓬勃发展，已然成为一场令动漫爱好者们尽情挥洒热爱的狂欢盛宴，更是杭州一张熠熠生辉的“金名片”。

从规模与影响力来看，杭州国际动漫节已成为目前国内规模最大、人气最旺、影响力最广的动漫专业盛会。每年动漫节举办期间，数以万计的动漫企业、机构和业界人士从全球 50 个国家和地区汇聚于此，开展包括展示展映、商务交流、品牌赛事、人才培训等 30 余项丰富多彩的活动。数以万计的观众也蜂拥而至，在这个充满奇幻与创意的世界里畅游，感受动漫的无限魅力。无论是专业人士还是普通爱好者，都能在这里找到属于自己的一片天地，其强大的吸引力和广泛的参与度不言而喻。

在产业推动方面，杭州国际动漫节发挥着至关重要的作用。首届动漫节举办之时，杭州的动漫产业基础还相当薄弱，动漫企业寥寥无几，甚至无法完整生产一部动漫游戏原创作品。然而，随着动漫节的连年举办，杭州动漫游戏产业蓬勃发展。一方面，政策的大力扶持功不可没。从 2005 年起，杭州陆续推出六轮动漫产业扶持政策，涵盖鼓励原创、奖励精品、扶持电竞产业等多个方面，不仅催生出一大批优秀的本土动漫游戏企业，还吸引了众多国内头部企业入驻。另一方面，动漫节为企业提供了绝佳的展示与交流平台。企业们在这个舞台上竞相展示自己的最新成果和创意，相互交流借鉴，激发创新活力，推动行业不断向前发展。如今，杭州已形成了完备的产业体系，拥有 2 家国家级动漫产业基地、3 家国家动画教研基地，动漫企业达 264 家，从业人员 2 万余名，2023 年动漫游戏产业产值更是超 500 亿元，近五年来年均增速保持在 20%以上。

“二次元”文化如何与本土文化结合？

“二次元”文化逐渐走向大众市场，但是在跨文化策略方面依旧有很多可以提升的空间。

以杭州国际动漫节为例。通过设立“金猴奖”大赛“红色动漫”特别奖项，推出中宣部“原动力”动漫主题展、“红色动漫致敬百年风华”主题展等系列活动，充分凸显国漫国风国潮，使其成为弘扬主流价值、促进文化传承的重要阵地。同时，动漫节也为国内外动漫文化的交流搭建了桥梁。来自不同国家和地区的优秀动漫作品在这里汇聚，让观众们能够领略到全球各地的动漫文化特色和创意风格，促进了多元文化的交流与融合。

杭州国际动漫节相关负责人说，“二次元”文化在走向大众市场的同时，应该走向本土文化。坚持守正创新，从中华优秀传统文化中汲取养分，讲好让世界“共鸣”的中国故事。

观察“二次元”与文旅结合的新市场，我们可以看到它正以其独特方式，为文旅新消费开辟新道路。政府和企业应充分把握这一趋势，进一步推动二次元与文旅产业的深度融合，创造更多的经济价值和社会价值。相信在未来，二次元与文旅新消费的融合将更加紧密，为人们带来更多精彩的消费体验和经济增长点。