

# 「谷子經濟」與年俗深度融合 打造文旅打卡新線路 廣州迎春「谷市」 二次元點亮青年消費熱

## 新春新氣象③

新春新潮流，如今年輕人過年「轉大運」，不僅要「行花街」，更要「逛谷市」！春節期間，第二屆廣州迎春「谷市」在地王廣場舉辦，琳琅滿目的「谷子」（二次元周邊產品），為大灣區「二次元」愛好者帶來一場新春狂歡。

廣州多家商場同步推出「二次元」特色春節活動，與迎春谷市形成聯動，串起獨具特色的文旅打卡線路，持續聚集火爆人氣，催熱新春文化消費熱潮。「谷子經濟」與傳統年俗深度融合，催生年輕群體的過年新玩法，正轉化為實實在在的消費新動能。

大公報記者 李紫妍廣州報道

走進地王廣場，新春氛圍撲面而來。年桔樹映襯着「迎春谷市」的紅火門頭，200多個市集攤位和百餘家泛二次元店鋪擺滿各式周邊。紅燈籠、紅春聯映照着正在興奮選購商品的年輕臉龐，透出別樣的年味。中庭廣場上，年輕人們身着Lolita、JK等特色服飾，搭配色彩鮮亮的造型，伴着音樂自在起舞，盡顯青春活力。

### 線下市集直觀 買起來更安心

「每次來基本消費三五百元（人民幣，下同），都是自己喜歡的谷子。」大學生十六和海卡余從小接觸二次元文化，熱衷「吃谷」（買周邊）。相比線上「氪金」（充值），她們更偏愛實體周邊的陪伴感，而逛線下市集能直觀確認物品狀態，買起來更安心。高中生小垣和朋友也專程從清遠趕來，她們假期常到廣州各大二次元聚集地「一日遊」，背着精心裝飾的「痛包」線下打卡、集郵。她們表示，近年二次元產業明顯壯大，無論是線下活動還是身邊同好都越來越多，「二次元正逐漸成為一種主流愛好。」

「二次元也要過年！」已連續舉辦兩屆的迎春谷市，如今已成為廣州乃至整個大灣區年輕人追捧的新春潮流新地標。廣州卓越地王廣場經營管理有限公司總經理陸國能介紹，「迎春谷市」的創意靈感源自廣府傳統年俗「迎春花市」。除了陪家人逛傳統花市，年輕群體同樣需要專屬的文化娛樂空間，滿足與同好相聚、交流分享、體驗谷子文化及Cosplay等多元需求。

陸國能介紹，本屆谷市開市首日就吸引數萬人次客流，帶動消費超百萬元。相較上屆，今年活動從規模、豐富度到時長全面升級，除核心的谷子市集和舞台活動外，新增新春遊園會、卡牌對戰賽、次元痛車展等玩法，配合消費券派發、限時折扣、打卡抽獎等促消費措施。「年輕人喜歡什麼，我們就做什麼。」陸國能說，許多新增活動都源自市場調研，「明年谷市還會持續升級。」

### 「吃谷一條線」串聯熱門打卡地

除了地王廣場的「迎春谷市」，廣州多家主打二次元業態的商場也紛紛推出新春特色活動。其中，動漫星城打造「新春次元廟會」，推出動漫IP主題樂園、角色應援花牆、主題飲品站、周邊新品首發等系列內容；時尚天河則帶來《銀魂認真展》華南首展、多IP主題快閃、主題咖啡店等亮點，共同為二次元愛好者奉上新春盛宴。串聯起這些熱門打卡地的廣州地鐵一號線，也被愛好者親切稱為「吃谷一條線」。

陸國能表示，更多市場主體參與進來，有助於共同做大市場蛋糕、推動圈層文化走向大眾普及。他以上述三大商場為例分析，動漫星城深耕動漫賽道多年，形成專業品牌店零售生態；時尚天河體量大、綜合性更強；地王廣場則聚焦體驗類內容，以谷子市集和互動活動見長。「三大商場差

異化互補、錯位發展，共同打造知名的「廣州一號線」二次元打卡線路，這有利於整體產業發展。」

業界專家分析指出，當下以二次元、國潮、圈層文化為代表的青年新文化，核心是滿足年輕人的情感歸屬、社交認同與個性表達。商業挖潛若能緊扣這一內核，就能把時尚「流量」轉化為產業「增量」，在釋放消費潛力的同時，更好滿足新時代青年多樣化、高品質的文化需求。



▲「谷市」現場，年輕人跳隨舞（random dance）迎接新春佳節。大公報記者李紫妍攝

## 拓展消費新業態 老商場重煥活力

生機勃發

「前幾年這裏還很冷清，現在人氣越來越旺，成了二次元聚集地。」大學生海卡余口中的變化，正是地王廣場發展的縮影。這座地處廣州越秀區核心地段的老牌商場，因受互聯網衝擊與商業迭代影響逐漸沒落，一度瀕臨變賣。如今，經過系統性改造升級，這裏搖身一變成為「廣州吃谷聖地」，輻射整個粵港澳大灣區。

能搶到地王的攤位。」攤主裙子說。谷子市集是地王廣場的核心業態之一，由商場提供攤位，供二次元愛好者們交易二手周邊產品。隨着人氣爆棚，「搶攤大戰」愈演愈烈。裙子從第一期就開始參與，最初還能靠手速搶到，後來幾乎只能接手他人轉讓。她向記者展示攤主群盛況：「現在已有12個群，人數最多的接近兩千，但攤位只有兩百多個。」

### 引入共生特色餐飲和體驗項目

零售店是另一主要業態。「00後」Carrie在地王廣場經營一家連鎖店，主營熱血漫、音樂企劃類周邊，並設置扭蛋機、谷美拍攝區等互動體驗。她表示，選址於此正是因為這裏二次元氛圍濃厚、文化活動豐富，能帶來穩定增長的客流。運營方數據顯示，商場周末客流較轉型前增長3至4倍，整體銷售額增長超200%，其中二次元相關業態年銷售額佔商場總額的80%。

為打造完整消費生態，商場也注重引入與二次元文化融合共生的特色餐飲和體驗項目。一家知名連鎖奶茶店店長張先生告訴記者，二次元客群與奶茶客群高度重合，入駐以來每個月客流都在增長，「最多的時候，一天能出3000杯。」

從瀕臨變賣到「廣州吃谷聖地」，地王廣場的逆襲印證了二次元文化對實體商業的強勁賦能。在這裏，年輕人不僅為熱愛買單，更用腳投票，盤活了一座老商場的生命力。

大公報記者李紫妍

「你搶得到演唱會門票，也不一定



▲第二屆廣州迎春谷市開市首日，網紅博主、COSER扮成「新年財神」現場派紅包，烘托出濃濃年味。受訪者供圖

►迎春谷市攤位上的「年味谷子」令人目不暇接。大公報記者李紫妍攝



## 「谷子經濟」 撐起千億級市場

話你知

谷子，由英文「Goods」音譯而來，指以動漫、遊戲、偶像等二次元文化IP（知識產權）衍生的周邊商品，包括徽章、卡片、掛件、立牌等品類，屬於二次元相關產品的核心產品形式。該經濟形態起源於二次元文化對衍生商品的消費需求。2023年，中國「谷子經濟」市場規模超1200億元人民幣，預計2029年將突破3000億元人民幣。產業鏈上游依賴IP授權，中游涉及設計生產，下游通過線上線下渠道銷售，卡游、名創優品等企業成為行業代表。

中國經濟網

## 從素描開始 培育本土IP

特稿

「一個動漫作品需要從素描開始，經過無數環節才可能成為[IP]。有了自

己本土的IP，我們國內的二次元行業才能走得更穩、更遠。」廣州卓越地王廣場經營管理有限公司總經理陸國能（圓圖）表示，比起打造單純的消費型商場，他們更看重行業長遠發展及年輕人才的加入，「我們首先想讓年輕人玩得開心，進而讓他們看到二次元行業的前景，驅動他們發展興趣，甚至投身相關行業。」

陸國能坦言，以內地市場規模，每年向國外IP支付的授權費數額巨大。「我們需要自己的產業鏈，但從創作源頭到消費市場，培育國產IP需要耐心和持續投入。」地王廣



### 攤位費低至每天10元

為降低參與門檻，谷子市集的攤位費始終維持在每天10至30元，讓學生群體也能輕鬆加入。陸國能透露，目前商場內不少店主正是從「攤主」成長而來：「擺攤就是最小規模的創業，他們逐漸發現自己能做得更大、更專業。」此外，地王廣場還啟動原創區，為本土創作者提供專屬展示與交易空間。「我們目前缺乏穩定產出的原創內容，缺乏專業人才。只有當年輕人發現自己的創作能產生商業價值，他們才會真正加入進來。」陸國能說。

大公報記者李紫妍

## 入境遊訂單激增40% 老外湧廣東體驗年味

【大公報訊】據南方財經網報道：今年春節，老外扎堆「入華過年」成為一大亮點。機場裏，拖着箱子的外國遊客特別多，跨越山海「趕春運」為的就是體驗一次正宗的中國年味。國家移民管理局預測，春節假期中國口岸日均出入境人員將超205萬人次，同比增長14.1%。訂票平台數據顯示，外國遊客春節來華機票預訂量同比激增超4倍。他們的「年味打卡地圖」幾乎覆蓋全國，尤其偏愛廣東。

攜程公布的數據顯示，2026年春節期間，廣東省入境遊訂單同比增長40%。廣州新春燈會、深圳華強北、佛山嶺南新天地、汕頭小公園附近美食街……不少金髮碧眼的外國「面孔」穿梭在廣東各地的商圈景點、街頭巷尾，逛廟會、買貨、吃美食，沉浸式體驗中國春節。

攜程高級副總裁王韋受訪表示，「廣東是一個具有千年歷史和現代產業魅力的省份，以

長隆系列為代表的世界級主題樂園集群、都市地標廣州塔、歷史名跡南越王博物院、反差與規模同步出圈的冰雪項目都廣受海內外遊客歡迎。」

### 「傳統年俗嫁接未來感」吸引遊客

例如，廣州以其獨特的嶺南文化、繁華的城市景觀和各種地標性建築，成為外國遊客最靚的旅遊城市之一。他們可以在廣州塔俯瞰城市風光，到荔枝灣品味地道的西關文化，或是到「十三行」感受千年商都的獨特基因。

深圳則憑藉「傳統年俗嫁接未來感」的獨特基因，吸引着全球遊客在此感受「最中國」又「最世界」的新春氛圍。機器狗醒獅、機器人詠春顛覆傳統演繹；白天到華強北採購智能穿戴設備，晚上去深圳人才公園觀看無人機群表演。

佛山、江門、中山等地也因濃厚的年俗文化，成為海外遊客入境遊青睞的目的地。得益於粵港澳三地聯手打造世界級旅遊目

的地，香港的時尚、澳門的多元、廣東的生活氣息，正通過「一程多站」的旅遊模式編織成一張世界級的旅遊名片。



動美 ◀ 1月16日，一百餘名外籍達人在汕頭鎮潮食街參加「廣東年味世界共享」新春活