

# 老牌二次元聚集地焕新,淘谷、出物有了新据点

## 迪美二次元摊位集市即将启幕

“提到上海二次元吃谷圣地,迪美永远是绕不开的名字。”近日,承载着一代谷圈人情怀的上海迪美购物中心,官宣将于3月14日开展“繁星HP+幻梦集市”首期活动。记者就“如何唤醒这座老地标的二次元活力”采访了主办方负责人繁星,繁星介绍,此次打造的集市规划每周末长期开放,定位纯二次元,通过给各位谷主打造一个干净、靠谱、无雷区的线下吃谷交流空间,让吃谷人经常来迪美淘谷、出物,让这座地下二次元心脏重新焕发生机。

### 让老牌吃谷地不只停留在回忆里

作为上海二次元、吃谷文化的元老级发源地,迪美早已刻进几代二次元的青春里。这里曾是无数谷圈人的启蒙地,不少人的第一次淘谷、第一次同好面基都定格在这片空间。选择迪美打造集市,繁星的初心很纯粹:不让这座老地标只停留在回忆里,而是让它重新成为能持续逛、持续热、持续有好谷的长期据点,让同好们在这里吃谷、出物、面基、淘烫谷,都能找到归属感与安全感。

不同于迪美以往的市集,这次集市差异化设置的背后,是对谷圈人需求的精准洞察。没有杂糅跨界的无关业态,主打纯二次元周边,官谷、授权同人谷、手作谷美、谷子收纳一应俱全;摒弃快闪式的临时摊位,坚持长期稳定运营,让谷主们有了固定的淘谷、出物阵地。

“我们更以严格品控守住底线,杜绝盗版、盗印及无授权商品。别人做‘热闹’,我们就做专业、纯净、可持续。”繁星说,让玩家逛得放心不踩盗印雷,让摊主出摊安心,这份诚信与专注,正是集市的竞争力。

据悉,活动初期规划50个正摊+自由摊位区,兼顾逛展体验与谷圈多样性。“50个正摊严控密度,既能保证动线舒适不拥挤,也便于统一管理和品控,主打正版优质谷子。

自由摊位区则特意降低门槛,让个人爱好者、小体量同人创作者都能参与其中。”繁星说,无论是回血出谷,还是售卖自制同人谷、小料,都能找到自己的位置。“正摊保品质、自由摊保活力,这样的结构既贴合迪美地



下空间的人流特点,也实现了‘新手能淘谷、老粉能回血’的双向奔赴。”

### 首月免摊位费招募

繁星介绍,3月内来摆摊的享受免摊位费待遇,不过同步也给摊主搭配了社交媒体宣传的要求。他表示,免摊位费是为了降低门槛,尤其是给新人摊主、同人创作者更多展示

的机会;要求摊主出摊前后分享谷子美图、摊位实况,则是希望让真实的吃谷日常发声,唤醒大家对迪美二次元基因的记忆。

“我们想打造一个自循环的传播模式。”繁星解释,从摊主入驻、现场出摊,到线上种草、同好奔赴,再到摊主收益提升、长期参与,每一环都源于谷圈本身的活力,也能让迪美的吃谷氛围被更多同好看见。

集市还严格拒盗版、拒全新未拆盲盒,以

避开与商场固定店铺的业态冲突,“让集市聚焦中古回血、稀有谷、同人谷等特色,形成差异化优势。”繁星强调,合规永远是第一位,他们要做的,是让商场放心、谷主放心、摊主放心的正规吃谷集市,不踩红线、不追短期流量,只为守护谷圈的纯粹。

除此之外,集市还提供统一货品存放区,严格限制存取权限,解决了地下市集摊主工作日存货的痛点,让摊主不用来回搬运谷子,周末能轻松出摊。

目前,集市筹备已进入摊主筛选、动线规划及规则宣发阶段,报名热度远超预期。“咨询量和提交量持续攀升,既有资深谷主、同人画师、专业谷店主动报名,也有不少新人摊主跃跃欲试。”

### 吃谷消费更理性、更追求质感

谈及谷子经济趋势,繁星坦言,魔都吃谷群体的消费习惯,正在悄然发生变化。如今的吃谷人们,早已不再盲目贪多囤货,消费变得更理性、更注重质感,正版、原创和稀缺性成为核心追求,烫谷、稀有谷更是备受青睐。与此同时,大家对线下体验和同好社交的需求越来越强烈,比起一次性的热闹快闪,更倾向于稳定可预期、无盗印雷区的长期市集,渴望在淘谷的同时,收获面基的快乐。

对于集市的未来,繁星有着清晰的规划,也有着纯粹的期待。初期先稳基础、树口碑,把品控和运营做扎实,让谷主们逛得安心、摊主们出摊放心;中期将推出热门IP特辑、节日限定、同人专场、谷美专场等,满足不同IP厨、谷主的个性化需求;长期则致力于打造迪美标志性吃谷市集IP,成为上海二次元的固定打卡地,定期更新主题和摊主池,让大家每次来都能淘到新谷、认识新同好。

“我们希望,一提到迪美,大家就想到干净、靠谱、好逛、有爱的正版同人市集。”繁星说,让这座老地标再次成为谷圈人愿意天天来、月月来、带同好来的地下二次元心脏,重拾当年逛迪美的纯粹快乐。

文/晨报记者 王丽芳  
图/受访方

## 30款厨房湿巾,使用体验哪家强

上海市消保委从安全性、去污力等方面开展比较试验

在快节奏的现代生活中,厨房清洁湿巾正凭借便捷、卫生、高效等优势,成为传统清洁用品的优质替代选择。

为帮助消费者选购安全、清洁力强、使用体验佳的厨房湿巾,近日,上海市消保委开展了相关比较试验。结果发现,30款样品在安全性上均符合宣称执行标准,怡恩贝、永辉优选、山姆等样品在安全性、去污力、使用便捷性、体验感和除味效果等方面表现较优。

本次比较试验共购买了30款厨房湿巾样品(21款来自天猫、抖音、京东等电商平台,9款来自盒马、山姆、麦德龙等商超)。

比较试验围绕消费者关注的安全性、去污力等方面,参照GB/T 27728.1-2024《湿巾及类似用途产品 第1部分:通用要求》等标准,对样品的安全性、清洁能力、使用体验展开测试。

结果显示,在安全性上,30款样品均符合宣称执行标准。

新发布的GB/T 27728.1-2024《湿巾及类似用途产品 第1部分:通用要求》于2025年10月起实施,新增了对甲醛、甲醇等物质的限量要求。本次试验的30款样品中,24款



样品执行新标准。经测试,所有样品均符合其执行标准的要求。

在清洁能力上,30款样品去污力差异明显。

部分商品宣称具备20倍甚至34倍去污

力,或标注“强力清洁”“高效去污”,但消费者往往难以辨别其实际效果。为此,本次比较试验参照现行标准要求,测评样品有效成分对日常厨房轻度油污(如灶台表面浮油、餐具残留油渍)和重度油污两个场景的去污能力。

结果发现,30款样品基础去污力均符合标准要求,但样品间差异明显,最高值与最低值相差2.1倍。在重油(油污陈化1天)去污力测试中,差异更为显著,最高值与最低值相差达4.5倍。综合两个场景,怡恩贝表现突出,永辉优选、山姆、洁柔面子、德佑、SnowDream等品牌表现较好。

在使用体验上,样品在使用便捷性、体验感和除味效果等方面存在差异。

厨房湿巾如泡沫过多,在使用过程中容易残留,需再次擦拭,会影响使用便捷性。因此,不少样品宣称“低泡、免洗”。本次比较试验测试了样品即时和5分钟后泡沫变化。结果发现,6款样品5分钟后基本无泡沫,可实现一次清洁的效果。

在同等去污能力下,含液量越高湿巾越湿润,单次可擦拭面积也相应更大。测试发现,样品含液量最高值为4.1倍,最低为1.7

倍,两者相差超过2倍。

测试还发现,屈臣氏、维达等高价品牌的样品添加了柠檬护理成分、APG活性因子等护手成分,对使用者双手更为友好。

另外,目前市面上不少厨房湿巾通过添加天然除味成分(如柠檬提取物、西柚精油、椰油精华)或采用异味吸附技术,以增加除异味效果。本次比较试验通过志愿者评价发现,所有样品均无刺鼻异味,但除味效果存在差异。

### 【消费提示】

选购时,建议优先在线下商超或品牌官方旗舰店购买,避免选购无执行标准、无生产厂家信息的“三无产品”。可关注标有“无金属腐蚀”“无甲醛”“无荧光剂”等说明的厨房湿巾,并优先选择具备第三方检测报告的品牌。

使用时,建议清洁餐具和厨具后再用清水二次冲洗。使用后应及时洗手,避免长时间接触皮肤。在使用有甲醇检出的产品时应佩戴手套。

晨报记者 徐妍斐