2025.01.20 星期一
01 编辑 唐 舸 张 勇 02 编辑 唐 舸 崔嘉毅
新闻晨报 Shanghai Morning Post

二次元爆改沪上传统商场，导入源源不断的新鲜客流

发展“谷子”经济，不应局限于商品本身

近年来，“二次元爆改沪上传统商场”的新闻频繁登上热搜。

由华联商厦转型改造的百联ZX创趣场、第一百货、静安大悦城、美罗城……这些传统商业体积极引入二次元经济，导入了源源不断的新鲜客流，在新时代里重新焕发出蓬勃生机。

但是也应看到，客流量并不完全等同于购买力。因为吸引的消费者年龄层较低，因而客单价也普遍较低。单纯靠卖“谷子”（英文“商品”的音译），难以彻底取代传统商业的业态。

很多运营方也已意识到问题，并进行了尝试。比如从单一的“零售”模式进行延伸，融合餐饮、展览等概念，或者充分开拓“泛二次元”范畴，增设“三坑”店铺（Lolita、JK制服、汉服）之类的服化道以及手工改造项目由二次元延展到泛二次元，为可持续性提供了一种可能。

而从“核心二次元”的角度出发，包括百联ZX创趣场和静安大悦城都强调了首店经济和首发经济。作为上海二次元“圣地”之一的大悦城，每年有近300场落地活动，超30场国际顶流IP快闪首站落地，因此被誉为“超级IP首发地”。

无论是强化“核心二次元”内容还是扩大“泛二次元”范畴，重要的是突破现有的局限，在更大的程度上实现可持续化。

售卖IP周边+兼具社交属性 二次元咖啡厅成大悦城最大特色之一

某个周六下午的大悦城Animate Cafe外。

等候打卡的人群络绎不绝，几乎是清一色的年轻女生。因为店内座位有限，她们需要在门口等一会儿。Momoko和她的朋友是从周边的城市坐高铁来的，车程一小时左右。

作为二次元粉丝，她们每个月都会来一次上海，除了逛“谷子”店，只要碰上有喜欢的IP活动和展览也会去逛一圈。其中，她们光顾最频繁的就是大悦城和百联ZX创趣场。

Momoko向我们展示了自己当天在大悦城内的收获，“谷子”们被装满了两个纸袋，总共消费数百元。她介绍，自己学生时代就是二次元粉。“但开始买‘谷子’还是从有了一部分自己可以支配的资金以后开始的，大概大一大二的时候才开始慢慢买一些。现在工作了，有自己的工资了，就买得多一点，觉得不必太拘谨。”

她很早就在社交网络上刷到这家咖啡店的存在，现在来打卡则是因为咖啡厅这段时间正在做的主题IP是《文豪野犬》。“来这样的主题咖啡厅，肯定是因为有你喜欢的哪个IP。一般来说也不会有人真的是为了吃饭来的，肯定是为了IP的价值。比如说有一些特典，有一些柄图制作出来的东西，只有这个地方有卖。如果要等到线上通贩可能就要过很长时间，或者索性等不到。所以我们到这边来，一是为了感受整体氛围，看看有什么可买的；二是因为大家都是为了IP而来，所以就会有很多同好可以相互交流，在这个氛围里面也会比较开心。”

一方面售卖IP周边，另一方面则具有社交属性，像这样的二次元咖啡厅或餐厅是大悦城二次元经济最大的特色之一。

有内部人士告诉我们，“大悦城这两年的消费完全呈逆向增长，而且增长得很快，主要就是依靠二次元店结合餐饮，小朋友就买起来不眨眼。”

当然，在这样的餐饮店里买周边，多少都会存在溢价的现象，但二次元的粉丝们并不在乎。Momoko就表示，“溢价肯定是会有溢价的，但是你反正是来享受快乐的，所以其实哪一种方式都一样的。来这边和你去看演唱会或者是明星见面会也没有很大的区别。”

潮玩星球IP联名餐厅相比Animate Cafe并没那么有名，但也不妨碍二次元粉丝们入内消费。店员告诉我们，餐厅联名的是一个日本小众的IP，粉丝的圈子比较小，但因为表情包图案比较可爱，所以很招人喜欢。很多人路过看到，虽然不认识，也会被吸引进来。在这里，吃一份套餐的人均消费在120元左右。

二次元爆改传统商场 在上海各区多点开花

2010年，静安大悦城南区率先改造开业，北区于五年后开业。而这里的二次元化是从2017年开始的，当时引入了引入中国首个以“核心二次元”为主题的品质实体商业空间——八吉岛i-Land。

像静安大悦城这样带有明显二次元标签的商场，如今正在上海各区多点开花。比如被外界称为上海“秋叶原”的南京东路商圈，这里云集了充满二次元活力的“四大巨头”——百联ZX创趣场、第一百货、新世界城和迪美购物中心。其中，尤以百联的表现最为突出。

2023年1月，由原华联商厦转型改造的“百联ZX创趣场”在南京路步行街上开业，开业首年就凭借年度举办的450余场线下活动，吸引顾客近千万人次，创造了3亿元的年销售额。2024年1月到11月，百联ZX创趣场较上年销售同比上升76%，客流同比上升40%。

百联的成功试水也让第一百货跃跃欲试，他们在2023年五一前首次尝试了二次元经营。总经理赵维刚后来说，“我们当初觉得可能只能维系一个比较平稳，甚至比较一般的经营水平，但实际上来的客人，以及店铺的坪效大大超过我们的预期。没想到一家柜台一天能够贡献出将近5-6万元的销售业绩。”

2024年年末，杨浦五角场百联ZX造趣场也全新亮相，这是是继ZX创趣场之后，百联ZX谱系打造的第二个作品。与“创趣场”相比，“造趣场”面积更大，业态更多元、商品品类更丰富，并将与“创趣场”形成错位经营。

与从同时，徐家汇商圈包括美罗城、TPY中心等新老商场纷纷入局二次元，并焕发出新的生机。

市政协委员，百联集团党委书记、董事长叶永明在接受我们采访时表示，百联ZX创趣场成功的原因之一在于突出“首店经济”。

“首先，通过引入一批二次元领域的高能级品牌首店、旗舰店，拥有合法正规的版权、高质量的产品、优质的内容，能够更好地满足目标客群对多元文化的向往以及对个性化、情感化消费与自我表达的追求，正向推动消费市场的良性发展。其次，注重与高能级品牌首店、旗舰店及消费者共创，精心策划如国内外知名IP的见面会、主题展览、互动体验等一系列创新性营销活动，塑造了一个充满活力、富有创造力的二次元文化社区，促进‘谷子经济’快速发展的同时，带动了展览、演艺、旅游等关联性消费。”

不仅百联ZX创趣场，如今整个南京东路商圈被二次元“四大巨头”整体盘活，吸引了众多专程从外地来打卡的二次元粉丝，也为“文旅商体展”贡献了一个成功的案例。

大悦城主打“首展”概念 中庭快闪活动是核心竞争力

如果说百联ZX创趣场主打“首店”概念，那么静安大悦城则主打一个“首展”。具体实现的方式，就是通过“中庭快闪”，即利用中庭举办展览/快闪活动，联动周边店铺的模式。到目前为止，这种模式一直是大悦城的核心竞争力。

我们来到大悦城走访的这个周末，南座一楼中庭正在进行“数码宝贝”的快闪活动。人群络绎不绝，因为内部空间有限，暂时不能入内的粉丝在外排队等候，等入场的队伍绕着中庭排了整整一圈。

拾级而上，三楼的中庭则是Linefriends品牌旗下人气IP系列minini world的快闪活动现场。

据说2024年12月14日这天，这里还出现了六大IP同时首发的景观，人群把大悦城彻底挤爆。

快闪模式也受到不少小众IP的青睐，在minini world边上的角落里，“初音未来”快闪店的店员告诉我们，快闪店于12月下旬开张后，周末一天平均可以卖出80至100单，单品价格在几十元到几百元不等，“背包比较贵，200元左右”。

通过“中庭快闪”，还能实现与集合“谷子”店铺的联动。由于中庭首展/快闪售卖的是“人无我有”的限量版，“谷子”店也常常需要根据快闪活动的主题进行迅速调货，跟上中庭的节奏。

国产“谷子”做工比日谷更好 二次元市场爆发式增长已趋平稳

在走访过程中，我们发现各类国创游戏IP在“谷子”店里的存在感已经十分强大。

位于大悦城北座8楼的摩多摩多店长告诉我们，包括《恋与深空》《原神》《崩坏：星穹铁道》在内的国产游戏IP“谷子”眼下是店里卖得最火的。

北座6楼的潮玩星球店长也表达了同感，她表示，“眼下‘原神’的各类‘谷子’是最烫的。这两年国产IP的‘谷子’卖得越来越好，因为大家现在也都支持国货。”

她还指出，国内现在有些IP做得不比日版差。“现在国内的工艺也要比日版的好很多，所以大家更多会选择国内制造。比如你可以很明显看得到日本的‘吧唧’（英语徽章的音译）会很薄，而且很容易生锈，国内的工艺的马口铁质量就要比日本的好很多，同样的东西放在同样的环境下是不容易生锈的。包括亚克力也是，他们都说日本的亚克力会更高透一点，其实现在国内的工艺更好。”

“国内做‘吧唧’的工艺也有更多类型，像最近很流行的白瓷底，日本那边是没有的，他们那边只有闪粉底。然后还有像现在比较火的那种反光的的镭射，日本那边也没有。还有多层流沙现在也很流行，‘国谷’做得比日本那边好很多。”

但是，因为受客户群体低幼化影响，“谷子”店单品普遍售价较低。如今各类“谷子”店如雨后春笋般出现，在激烈的市场竞争之下，价格出现了进一步降低的趋势。

摩多摩多是一家中古二手谷子店，主要售卖一些动漫IP的周边。中古是店铺特色，但大部分“谷子”是新品。店长向我们介绍，店铺顾客以初、高中生为主，因此店内最受欢迎的“谷子”价位在10元到20元左右。百元以上商品不多，除非是稀有款，比如一些10年前或者20年前问世的“谷子”，因为稀有度高，所以售价就高。

摩多摩多作为较早入驻大悦城的“谷子”店，享受到了二次元经济最初爆发时的红利。但是该店店长也告诉我们，随着近两年越来越卖“谷子”的商家入局——其中有的是品牌方，有的是加盟商铺，“谷子”的价格战也愈演愈烈。一个最直观的体会就是，生意没有之前那么好做了。

潮玩星球店长则感到：“目前大家消费可能已经饱和了，虽然还是会有一些消费，但真的没有前两年那么多，总体平稳了很多，没有像去年那种爆发式的增长。因为现在确实竞争也激烈，有的人更愿意去日本买，但是也会有人吃一点‘国谷’。”

发展“谷子”经济 IP的价值值得进一步发掘

2023年以来，“二次元爆改老商业空间”的话题火遍了全网，这其中既包括第一百货这样的老商业体，也包括迪美这类由私人商铺构成的商业街。

这样的尝试带来的转机是肉眼可见的，人流量明显多了，生意也被盘活了。但是，二次元经济在现阶段也存在明显的局限，就是“谷子”的单价普遍偏低。一个数千元的手办在二次元“谷子”里已经是天花板级别的价格，而且问津者少。卖得最好的就是“吧唧”，一个“吧唧”的售价往往在20元以内，它的盈利空间是十分有限的。

参考新一线城市研究所的数据，截至2024年8月，上海“泛二次元”消费的平均客单价只有“三坑”店铺（Lolita、JK制服、汉服）超过400元，商铺客单价最高未超过800元。至于售卖谷子模玩扭蛋的店铺，平均客单价只有其一半。而同时期联商网的调研数据显示，主要城市标志性综合商业设施的客单价则约为500-800元。由此可见，仅靠“二次元”消费实现可持续发展，对于大部分商业体而言是不现实的。

因此，在二次元商业空间里引入更多泛二次元概念是必须的。开设二次元主题类餐饮店是一种有益的尝试，此外也有一些其他成功的经验可以汲取。

叶永明在接受我们采访时强调，“发展‘谷子经济’不单单局限在‘谷子’商品本身，而是推动二次元产业链的融合发展和创新进阶。”

他介绍了百联ZX创趣场的经验：“一是培育生态链，建立一种促进二次元用户端、零售服务端、供应链端共创共赢的可持续业务创新模式，避免‘竭泽而渔’式的提前消耗市场资源；二是塑造品牌力，利用ZX创趣场已聚集的上百个正版授权的最新、最热的海外及国内动漫IP，以头部品牌IP吸引种子客群，持续提升二次元文化与IP为基础的多品类商品与服务消费，推进与属地文化和新质生产力的结合，努力以差异化优势商品塑造百联二次元商业品牌力；三是提升组织力，ZX创趣场的成功实践得益于其团队的运营模式，目前已构建了一支针对二次元经济的‘投、融、建、管’专业人才梯队。”

正如叶永明提到的，IP的价值值得进一步发掘。大悦城也在着力通过“中庭快闪”的方式培养本土IP，并且不限于二次元的范畴。

也可以让“二次元”与其他业态不断“联名”，形成经济拉动能力更强的、面向年轻人的消费文化矩阵。

“视听静界”打造超高清境界 一次和文旅商体展全面融合的尝试

在上海二次元以及泛二次元的版图上，有着“宇宙电竞中心”之称的静安大宁地区毫无疑问扮演着重要角色。在未来，这一角色的重要性还将得到进一步体现。

这里曾经依托环上大国际影视园区和灵石中国电竞中心的建设，带动起整片区域相关文创产业的兴起。而近四年来，大宁在发挥文创优势的基础上又重点发展起科创，并力图将两者进行融合，融合的方向就是超高清视听领域。去年12月，由上海市经济和信息化委员会、上海市文化和旅游局、静安区人民政府联合主办的“超清未来视听静界”——上海超高清视听产业集聚区启动会召开。

超高清视听产业集聚区的建设，也释放出了上海打造超高清技术国际创新中心的信号。未来，上海将发挥集成电路、人工智能等产业赋能优势，推动超高清视听高端芯片、“AI+超高清”、超高清显示等关键技术研发转化，打造产业创新“核爆点”。全领域培育超高清终端品牌，推动多种类、多渠道、多品牌超高清终端布局，加快培育超高清智能座舱、超高清AR/VR眼镜以及超高清AIPC等新增长点。

值得一提的是，超高清应用的范围非常广，它不仅适用于工业制造、医疗健康、和军事领域，也同样可以在包含了泛二次元概念在内的文化以及旅游产业发挥重要作用。

一个已经被投入实际应用中的场景就是广告拍摄，尤其是汽车广告的拍摄。今后拍摄汽车广告将无需上路，全部都可以在摄影棚里实现。利用超高清屏作为背景，因为分辨率很高，让观者产生了身临其境的体验，而不会有那种“一眼假”的感觉。

未来，超高清技术还将在文旅商体展的大融合中发挥更大的作用，打造更多元宇宙场景，赋予人们更沉浸式的体验。

委员建议

上海二次元经济整体发展仍存在哪些提升空间？

市政协委员，百联集团党委书记、董事长 叶永明

上海以加快国际消费中心城市建设为契机，推进商旅文体展联动，动漫产业、文博、展会等带动二次元消费热潮，上海更是成为众多游客二次元线下打卡的热门目的地，构建了其他城市难以联代的优势。与此同时，上海二次元经济发展也存在一定程度上的同质化竞争现象，要发挥二次元集聚优势打造文旅亮点，做大本地消费、吸引外来消费。

一是加强商业规划，形成良好生态。近年来“二次元爆改老商业空间”的话题热议，仅南京东路-人民广场区域就集聚形成了若干个“二次元”主题商业综合体，其他重点商圈实体商业“谷子店”点线面开花。建议相关部门根据不同商圈、各商业综合体的特点，加强规划引导，引导各市场主体明确客群定位，探索合适的商业模式，形成二次元产业链、产品链以及产业生态上的良性循环。

二是加强版权保护，培育优质IP。建议相关部门加强对二次元新兴市场的监管，引导消费者到合规商业体进行消费，保护原创作者权益，支持正版产品销售，加大制作和销售盗版、侵权的谷子产品的不法商家的打击力度，以保障消费者合法权益，提倡商家在宣传传播、软装美陈上加强版权授权。同时，当下市场存在一定程度的IP同质化、产业机制欠完善、资本端与创作端信息不对称等问题，不利于国产高商业价值二次元IP产出，建议加速国内优质IP的培育孵化，让优秀国漫商品、中华传统文化通过二次元广泛传播。

三是规范市场秩序，放大产业效能。随着谷子经济市场规模扩大，入局者增多，市场竞争加剧，建议尽快出台二次元周边产品的质量和安全标准，鼓励商家加大产品研发力度，借助AI等技术设计出更具创新性、个性化的周边产品，如开发谷子深加工食品、设计谷子造型的家居饰品和文具等，进一步丰富商品品类；另一方面要重点打击采用劣质材料或不合格工艺制作谷子产品的不法商家，保护消费者尤其是青少年二次元爱好者的身心健康，规范行业发展秩序。

晨报记者 沈坤彧 陆乙尔