

“谷子经济”：开启千亿级消费密码

■ 河南省社会科学院改革开放与国际经济研究所 王珺琪

在当今消费市场中，一种独特的经济现象——“谷子经济”正在蓬勃发展，逐渐形成千亿元级的消费规模。这一新兴经济形态不仅反映了消费市场的多元化和个性化趋势，更深刻地影响着众多品牌的发展战略以及整个产业链的布局。深入探究“谷子经济”背后的秘密，对于理解现代消费文化、把握市场动态以及企业的未来发展具有至关重要的意义。

基石稳固

“谷子经济”中的“谷子”由“goods”（商品）音译而来，并非传统意义上的农作物谷子，而是指各类动漫、游戏、影视等文化娱乐作品衍生出来的周边产品，包括但不限于角色手办、徽章、明信片、钥匙链等小型周边物品。“谷子经济”的核心是IP，具有较高的文化附加值。每一个谷子都承载着特定的文化IP形象或元素，成为IP实体化延伸的象征。消费者购买谷子，不仅是获得了一件实物产品，更是获得了一种文化上的深度体验和情感上的强烈认同。这种文化附加值使得谷子的价格往往可以超越其实际生产成本，形成独特的价值体系。

文化娱乐产业的繁荣是“谷子经济”发展

的动力源泉。动漫、游戏、影视等文化娱乐产业在过去几十年间取得了飞速发展，为“谷子经济”提供了丰富的IP资源。以动漫产业为例，日本的动漫产业早已成为其国家文化输出的重要力量，像《海贼王》《火影忍者》等作品在全球范围内拥有大量粉丝。近年来，中国的动漫产业也展现出强劲的增长势头，产值已突破3000亿元，年均增长率超过30%。网络动漫用户规模接近5亿人，年轻受众对国漫的接受度不断提升。在游戏产业方面，中国游戏市场也呈现出爆发式增长，市场规模和用户规模均实现显著增长。例如，《王者荣耀》《原神》等热门游戏不仅在游戏玩法上吸引玩家，其构建的游戏世界观和角色形象也深入人心。影视产业也不甘示弱，好莱坞大片在全球票房屡创新高，国内的电影市场也日益壮大，各类题材的影视作品不断丰富着观众的文化生活。此外，互联网的普及使得动漫、游戏、影视等作品能够更快速、更广泛地传播到全球各地。社交媒体平台、视频网站等成为作品宣传推广的重要渠道，粉丝群体能够更方便地聚集在一起，分享对作品的喜爱和讨论相关话题。这种传播方式的革新，如同插上了翅膀，极大地加速了IP的传播速度，扩大了其影响力，为“谷子经济”的蓬勃发展构筑了坚实的粉丝基石。

Z世代消费群体是“谷子经济”发展的核心力量。Z世代（出生于1995年—2009年）逐渐成为消费市场的主力军。这一群体成长于数字化时代，对文化娱乐产品有着天然的亲近感。他们从小接触动漫、游戏等内容，

对其中的 IP 形象有着深厚的情感。与以往的消费群体不同,Z 世代更加注重个性化、自我表达和情感体验。谷子作为文化 IP 的衍生产品,正好满足了他们的这些需求。通过购买和展示自己喜爱的谷子,Z 世代能够在群体中彰显自己的个性和独特品位,表达自己对特定 IP 的热爱和认同。此外,Z 世代更倾向于为兴趣投资,对谷子产品的品质、设计及其文化内涵提出了更高要求。谷子的小而精、高文化附加值等特点正好契合了 Z 世代的消费观念,使得他们成为“谷子经济”的主要消费群体,推动了“谷子经济”的快速发展。

制造与营销技术的进步点燃“谷子经济”发展的引擎。在制造技术方面,3D 打印、高精度模具制作等技术的发展使得谷子的制作工艺不断提高。现今手办的制作技艺精湛,能精准捕捉 IP 形象的每一个细节,无论是人物表情还是服饰纹理,皆栩栩如生,令人赞叹。徽章的制作也更加精美,采用多种材质和制作工艺,如珐琅、烤漆等,提高了谷子的品质和观赏性。在营销技术方面,电商平台的兴起使得谷子的销售渠道更加广泛和便捷。消费者可以在国内外的电商平台上轻松购买来自世界各地的谷子产品。社交媒体营销、直播带货等新兴营销方式也被广泛应用于谷子的推广销售中。谷子通过社交媒体上的网红推荐、直播中的展示和介绍,能够迅速吸引粉丝的关注,提高谷子的知名度和销量。

产业链完备

IP 授权端是“谷子经济”产业链的源头。IP 所有者,诸如动漫制作公司及游戏开发商,会将其 IP 授权给周边产品制造商。在授权流程中,IP 所有者依据 IP 的知

名度及影响力等要素,设定合理的授权费用。热门 IP 授权费用自然水涨船高,而新兴 IP 则可能通过较低的授权费用吸引制造商,以此拓宽 IP 的影响力范围。而且,IP 授权的范围也需要明确,包括授权的产品类型(如手办、徽章等)、授权的地域范围(全球或特定地区)以及授权的期限等。授权端的规范运作对于整个“谷子经济”产业链的健康发展至关重要。比如,未经授权的盗版产品泛滥,将会损害 IP 所有者和正规制造商的利益,影响整个行业的声誉。

产品制造端是连接 IP 授权端和市场销售端的纽带。对于手办等复杂产品,首先需要进行原型制作。原型师依据 IP 形象,运用手工或数字建模技术,精心打造产品原型。此过程要求原型师技艺精湛,且对 IP 形象有深刻领悟。原型制作完成后,再通过模具制作、注塑、涂装等工艺将原型转化为批量生产的产品。对于徽章、明信片等相对简单的谷子产品,其制造过程也需要注意质量控制。例如,徽章的印刷是否精细、材质是否耐用,明信片的纸张是否优质、印刷清晰度是否高,这些因素都直接关系到产品的整体品质。制造商需要在成本控制和品质保证之间找到平衡,以满足市场需求。

产品营销端是“谷子经济”产业链的关键环节。在线上营销方面,电商平台为谷子产品提供了广阔的销售空间。制造商与经销商纷纷在电商平台上开设店铺,全

方位展示产品，并直接进行销售。同时，社交媒体营销也发挥着不可忽视的作用。通过微博、抖音等社交媒体平台，商家可以发布产品信息、宣传活动内容，吸引粉丝关注并引导购买。一些热门的谷子产品还会通过网红推荐、KOL（关键意见领袖）种草等方式迅速走红，提高产品的知名度和销量。在线下营销方面，“谷子经济”中的线下实体店不仅是产品的销售场所，更是粉丝的体验空间。例如，泡泡玛特的线下门店，店内装修别具一格，产品陈列匠心独运，共同营造出一种独特的潮流文化氛围。此外，线下还会举办各种谷子相关的展览、活动，如手办展、IP 主题活动等，能够吸引大量粉丝参与，增强粉丝对谷子的喜爱和对品牌的忠诚度。

消费者是“谷子经济”产业链的终端环节，也是整个产业链的核心驱动力量。谷子消费者主要是动漫、游戏、影视等文化娱乐作品的粉丝群体。消费者购买谷子的主要动机涵盖了对 IP 的热爱、强烈的收藏欲以及个人身份的表达。消费者的需求和偏好会影响产业链上游的 IP 授权、产品制造和营销等环节。例如，如果某一 IP 的粉丝群体对某类谷子产品（如特定角色的手办）需求旺盛，制造商就会加大对这类产品的生产和营销力度。另外，消费者的反馈也是产业链不断优化的重要依据。通过消费者的评价、建议等反馈信息，IP 所有者可以更好地进行 IP 运营，制造商可以改进产品质量和设计，营销商可以调整营销策略，从而提高整个“谷子经济”产业链的竞争力。

契合消费需求

从情感需求看，Z 世代消费者对动漫、游戏等 IP 有着深厚的情感。谷子作为 IP 的实体化体现，成为他们表达对 IP 热爱的方式。例如，一个《鬼灭之刃》的粉丝购买角色手办，是因为这个手办代表了他对《鬼灭之刃》这部作品中角色的喜爱，是他与作品情感联系的一种延伸。这种情感需求是“谷子经济”的核心驱动力之一。“谷子经济”还体现了社交与归属感。拥有相同谷子收藏的消费者往往会形成一个小群体，他们通过交换谷子、分享收藏经验等方式建立社交关系。在谷子爱好者社区及线下活动中，消费者得以结识志趣相投的朋友，收获强烈的归属感。这种基于谷子的社交需求也促使 Z 世代消费者不断购买谷子，丰富自己的收藏。

从自我表达需求看，Z 世代注重个性表达，谷子的多样化为他们提供了很好的途径。不同的 IP、不同的谷子类型（如独特设计的徽章、限量版手办等）可以让消费者展示自己独特的兴趣爱好和品位。例如，喜爱小众动漫 IP 的消费者，通过展示相关谷子，能在群体中彰显其独特个性。谷子还可以体现 Z 世代的生活态度。例如，消费者购买一些环保主题的动漫 IP 所推出的谷子，向外界传达自己对环保理念的支持和关注。

从收藏需求看，一方面，Z 世代消费者往往有追求收藏完整性的心理。对于一个系列的谷子产品，他们希望能够收集齐全。这种完整性追求不仅增加了单个消费者对谷子的购买量，也促使他们持续关注谷子的新品发布和相关活动。例如，泡泡玛特的盲盒系列，消费者为了收集全套产品，不断购买盲盒。另一方面，谷子中的限量版、特别版产品，由于其稀缺性而具有

更高的收藏价值。Z世代消费者对这种稀缺性产品有着强烈的兴趣，愿意花费较高的价格购买。这种对稀缺性产品的追求也推动了“谷子经济”中高端产品、限量产品的市场发展。

挑战机遇并存

从不利因素看，一是版权保护问题严重。“谷子经济”的发展依赖于IP的授权和保护。然而，目前市场上仍然存在着盗版谷子产品泛滥的问题。盗版产品侵犯了知识产权，损害了原作者、制造商或服务提供者的合法权益，降低了创新积极性，影响整个产业链的发展和竞争力。同时，盗版产品无法保障质量，可能给消费者带来经济损失和健康风险，损害消费者权益。此外，盗版还会扰乱市场秩序，扭曲正常的市场竞争，影响经济的健康发展，阻碍社会文化的发展。加强版权保护，打击盗版行为，需要政府、行业协会和企业的共同努力。二是市场竞争加剧。越来越多的企业涌入“谷子经济”这一领域，加剧的市场竞争可能导致价格战、产品同质化等问题。在价格战方面，企业为了争夺市场份额可能会降低产品价格，这会导致产品质量下降、企业的利润空间被压缩。同质化的产品则令消费者在面对众多雷同产品时，难以抉择，进而削弱了其购买意愿。三是消费需求的不确定性高。消费主体Z世代的兴趣爱好容易发生变化，对新IP和新产品的追捧速度很快，如果企业不能及时捕捉到消费者需求的变化，就可能面临产品滞销的风险。此外，热门IP热度的骤降也会对“谷子经济”相关产品的销售带来直接影响。

从有利因素看，首先，市场潜力巨大。随着文化

娱乐产业的持续发展和Z世代消费群体的不断成长，“谷子经济”的市场规模有望进一步扩大。越来越多的IP被开发成与二次元相关的周边商品，满足了年轻消费者对个性化和情感链接的需求，预计未来谷子产品的需求将持续增长。同时，“谷子经济”还有望拓展到更广泛的消费群体，比如，年龄稍长的动漫爱好者和新兴的娱乐文化消费者。其次，加速文化传播与产业融合。作为文化IP的实体化表现，谷子产品能够走向世界，促进相关文化作品的传播。而且，“谷子经济”还可以与其他产业进行融合发展。例如，与旅游产业结合，推出具有地方特色的谷子产品；与文创产业融合，创造更具创意和文化底蕴的谷子产品。最后，创新发展空间大。在产品形式上，除了现有的手办、徽章等产品类型，还可以开发出更多新颖的谷子产品，比如，与智能科技结合的互动式谷子。在营销模式上，可运用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术展示和销售谷子，进一步探索创新路径，赋予消费者前所未有的购物新体验。

“谷子经济”作为千亿元级消费行业，是文化娱乐产业与消费市场深度融合的产物。虽然它在未来发展中面临着一些挑战，但只要能够充分发挥其优势，积极应对不利因素，“谷子经济”有望继续蓬勃发展，成为文化产业发展和消费升级进程中的重要推动力量。

编辑：马明