



年轻人为何“吃谷”



成长于移动互联网时代的Z世代是二次元文化的忠实爱好者，随着这批网络原住民的精神消费需求日益突出，以及网络泛娱乐化的环境建构日趋成熟，以“谷圈”为代表的网络文化应运而生。

“买谷”为爱发电。“谷子”实质上就是IP的衍生品，无论是小说、游戏、动画还是漫画，许多人能从虚拟的故事中获得感动与共鸣，他们会把虚拟角色代入自己现实里的好友、恋人、亲属，甚至重新构思创作出一个全新的人物，并与虚拟角色建立一种情感纽带，角色是虚拟的，但感动是真实的。购买“谷子”的行为充分体现了00后多元的情绪需求，对于部分人来说，“谷子”不仅仅是商品，更是他们情感的寄托，这些“谷子”代表着他们深深的“爱”。一件售价30元的“吧唧”（徽章），生产成本不足5元，其溢价来源于情感附加值——正如《原神》角色徽章销量超40万件，粉丝为“爱”买单的逻辑远超商品本身。

“谷圈”何以成圈？“谷圈”一开始只是有共同爱好的年轻人抱团取暖，随着更多的路人、粉丝、观众被圈子吸引聚集，逐渐形成了同好群、交易圈等社群，规模不断变大，各种规则在这过程中约定俗成，框架越搭越牢，在谁都说不清楚的一天，“谷圈”就诞生了。在这个二次元的圈子里，年轻人能够表达自己的个性，找到自己所属的社交群体，展示自己独特的身份标签。年轻人可以通过线上社群、线下活动等方式，与“谷友”交流、分享心得。

“谷圈”成为商业热土。随着我国二次元产业发展日臻成熟，用户付费意愿及付费能力提升，预计到2026年，动漫产业占比将超过44%。上海作为二次元的“精神故乡”，其线下“谷店”已成为热门打卡点。狂热的“谷圈”正在爆改传统商场。2024年3月，Chiikawa与Miniso的首个联名快闪活动在上海静安大悦城开展，首日10小时销售额达268万元，创静安大悦城IP展单日最高销售纪录。温岭线下“谷店”众多，仅银泰城就有HEYZAKKA、GOODSLOVE两家大型“谷店”，成为台州境内“逛谷”好去处。线上平台的数据更是惊人，抖音平台“谷子”相关视频播放量超67亿次。

“谷子”迅速走红，一跃成为二次元文化和粉丝经济交汇处的热门话题。但在“谷圈”市场繁荣的背后，一系列乱象逐渐浮出水面，引起社会各界的广泛关注。

圈内“狂欢”与圈外“嘲讽”。“谷圈”的溢价令人叹为观止，事实上，这些周边产品与人们所熟知的徽章、亚克力板、卡纸，在生产成本上并没有较大的差距，然而“谷子”的价格远远超出一般消费者的认知。一个原价一元的美甲盒，带上“吧唧收纳盒”的标签，立马翻五倍，“海景谷”（稀有谷子）炒至万元已是常态。有些“吃谷人”会出现用工资还掉花呗后被迫靠泡面熬过月末的情况。圈子外的人大多只看到了商品本身，对他们在这些周边产品上花费那么多钱感到疑惑不解。

国谷“崛起”与日谷“隐患”。随着“谷圈”热度攀升，“吃谷人”又将“谷子”划分为“国谷”与“日谷”，国产动漫、游戏等ACG文化下产出的周边产品均可看作“国谷”，“日谷”即来自日本的“谷子”。“国谷”凭借便宜、量大等特征受到一定的认可，同时国内成熟的电商平台和社交媒体平台优势，为消费链奠定了基础。相比之下，在日本发售、经由代购或国内经销商销售的“日谷”，其交易缺乏监管，存在极大的不稳定性。一旦团长跑路或货不对板，消费者往往难以维权，只能在社交平台发泄不满，很难真正追回损失。

孩子“沉迷”与父母“担忧”。中商产业研究院数据显示，“谷子”的消费群体中，中小学生的占比为20%，大学生占比17%，中学生占比60%。“买谷”已成为当今青少年文化圈中一种独特且流行的现象，这给家长和社会出了难题。譬如，孩子在“买谷”热情的驱使下，可能会不顾自身的经济能力过度消费。他们可能会为了集齐一套限量版的周边，省吃俭用，向父母索要大量金钱，甚至落入诈骗的圈套。迷恋上二次元卡通虚拟人物，可能会沉溺在虚拟的世界里，不仅花大量的时间去追“星”，还可能将兴趣和精力转移到攀比跟风上。如

此种种，严重损害青少年的身心健康。



近期，互联网上流传着这样一份“神秘暗号表”，号称只要你学会，就能轻松融入年轻人的圈子。这也让无数人感叹：“和现在的小孩真的有代沟了，不解释的话，我一个字也看不懂。”

在当今年轻一代的文化消费领域里，“谷子”正掀起一股热潮。当然，此“谷”非彼“谷”，这个词并不是我们大众认知中的五谷杂粮，而是英文单词“goods”的音译。理论上，漫画、动画衍生出的一切周边产品，都可以叫作“谷子”。使用“谷”这个字来音译，也体现出“谷子”是二次元爱好者的一种精神食粮的含义。结合“谷”本身的意思，购买这些周边产品的行为就叫作“吃谷”或“买谷”。

“谷圈”在不知不觉中成为一个被寄予厚望的新产业，悄然撑起千亿元的市场规模，甚至成为资本领域追逐的一大风口。在这个文化符号的背后，到底蕴藏着怎样的精神内核？

每一代年轻人都有属于自己的独特文化和潮流，类似“谷圈”文化这样小而美的圈层文化或将成为文创行业未来的主流模式。

“谷圈”经济亟待秩序规范。“谷圈”经济有着巨大的潜力与不确定性，由于利润空间巨大，“谷圈”难免成为逐利者染指的领域，版权争议、二手交易骗局、监管缺失等诸多问题给其前景蒙上了阴影。版权保护应加强，建议推广“一物一码”防伪技术，设立IP授权透明化平台。而且，“谷圈”经济所依赖的消费者共识较为脆弱，一旦相关IP出现负面事件或违反监管规则，其价值体系可能瞬间崩塌，市场也将遭受重创。只有建立完善的二手交易平台资质审核机制，才能更好地打击诈骗。

“谷圈”文化亟待正确引导。青少年热衷“买谷”，有需求的牵引，也有供给的驱动，要给予尊重和理解。当“谷圈”日趋低龄化，相比于苛责孩子们缺少自我防范意识，社会各界更应该给这个市场划清楚底线和红线。“买谷”不仅仅是孩子们的一种消费行为，更是走进他们内心世界的一扇窗户，学校应开设媒介素养课程，解析情感消费边界，避免虚拟依赖。家长可以“谷子”为切入点理解Z世代的精神世界（如共同参观漫展），避免说教式干预。

“谷圈”文创亟待跨界融合。随着科技的进步和文化的融合，00后必成“谷圈”文化主力，“谷圈”文化与新兴潮流融合将成为新的趋势。我们可以开发“非遗+二次元”联动“谷子”（如故宫文创联名汉服角色徽章），让青少年在消费“谷子”的过程中，获取有益的知识，树立正确的价值观。同时，在传统文化层面上，期待“谷子”在传承传统文化、弘扬民族精神等方面发挥更大的作用，为非遗开辟出新的发展赛道，为文化的发展贡献力量。媒体应摒弃“妖魔化”叙事，客观呈现“谷圈”作为文化共创载体的积极意义。

“谷子”火了，但更重要的是如何让“谷子”成熟。“谷子”行业作为近年来的新生业态，一直处于野蛮生长阶段，亟待引导与规范，以实现从无序扩张向有序发展的良性蜕变，最终让青少年吃上让社会放心、让家长安心、让自己开心的好“谷子”。

谷圈“网络用语”大全

官谷：官方出的谷子正版授权

同人谷：画师画的二创图制作的周边，小范围出售，非官方盗印、自印：随便存的图去自行印刷制作周边，没有经过官方与画师的同意

一次元：小说世界

二次元：ACG、漫画、动画、游戏等虚拟世界

三次元：现实世界

我推/担：我喜欢的角色

你推/担：你喜欢的角色

激推：特别特别喜欢的角色

柄图：谷子上的图案

通贩：网络贩售

再贩：往年卖过的限定谷子，遇到特殊节点（某些纪念日、节日），再次售卖

场贩：跟某些店铺或者线下地点有合作，只能在场地购买

CN：署名

雷点：讨厌的东西

集邮：合影

文字：通讯员 林珂 包锦添

图片：本报综合

温岭市自然资源和规划局国有建设用地使用权拍卖出让公告

温土公告字〔2025〕整第21号

根据国家有关法律、法规规定，依据温自然资规条3310812025011号规划条件和温自然资规建3310812025011号建设要求，经温岭市人民政府批准，温岭市自然资源和规划局决定以拍卖方式出让温岭市XQ070110地块（神童门村村留地）（不动产单元编号为331081003234GB01478W00000000）国有建设用地使用权，现将有关事项公告如下：

一、出让地块情况及各类指标要求

序号	地块编号	土地位置	出让面积(㎡)	土地用途	规划指标要求					出让年限(年)	出让起始价(万元)	竞买保证金(万元)
					地上建筑总面积(㎡)	建筑密度(%)	建筑限高(m)	容积率	绿地率(%)			
1	温岭市XQ070110地块	城西街道神童门村	9363	商业用地(0901);兼容商务金融用地(0902)(其中商业用地不包含零售加油、加气、充换电站功能)	/	≤50	≤30	≥1.5且≤2.0	≥20	40	1140	230

1. 人防建设要求须符合《温岭市人民防空工程产权制度综合改革实施细则》（温政办发〔2022〕10号）文件；

2. 其他有关建设要求详见温自然资规条3310812025011号规划条件、温自然资规建3310812025011号建设要求、《温岭市XQ070110地块项目建设开发协议书》及出让文本。

二、建设用地使用权竞买对象和行业设置

中华人民共和国境内外的法人、自然人和其他组织均可报名参加竞买（法律法规及有关规定另有规定的除外），申请人可以单独申请，也可以联合申请。

三、出让方式

该地块按现状条件公开拍卖方式出让，不设置保留价。出让采用增价方式，按照价高者得原则确定竞得人。温

岭市城西街道神童门村股份经济合作社以5500元/平方米的价格定向限价回购全部地上商业用房（不含生活垃圾分类收集房，大件垃圾、装修垃圾、园林垃圾存放用房，再生资源回收用房，邮政快递用房，变配电房等）；以60000元/个的价格定向限价回购全部地下按照浙江省建设工程标准《城市建筑工程停车场（库）设置规则和配建指标标准》（DBJ33/T 1021—2023）配建的商业机

额缴纳竞买保证金，方可参加网上拍卖出让活动。

网上交易实行实名认证制度，竞买人应到持有信息产业部核准资质并与网上交易关联的电子认证服务机构，办理数字证书（CA认证）。具体办理流程详见交易平台提供的操作手册、操作指南。联合申请竞买的，联合竞买各方均须办理数字证书。数字证书有效期为一年。已持有数字证书的竞买申请人，无需重新办理；如数字证书过期的，需办理延期手续。

申请办理数字证书（CA认证）网址：<https://www.zjrzrjyj.com/portalBrowse/certificate-guide>

五、出让时间安排

1. 拍卖时间：2025年4月10日9时。

2. 报名时间：2025年3月31日9时

至2025年4月9日16时。

3. 竞买保证金的缴纳时间：缴纳竞买保证金的截止时间为2025年4月9日16时。

竞买保证金到账时间以银行系统记

录到账时间为准，其余时间以浙江省自

然资源智慧交易平台服务器时间为准。

六、本次拍卖出让的详细资料请参阅拍卖出让文件。有关拍卖出让文件资料，竞买人可以登录浙江省自然资源智慧交易平台（<https://www.zjrzrjyj.com>），浏览或下载网上拍卖出让文件，并按上述文件规定的操作程序参加网上竞买。

七、其他需要公告的事项

1. 本公告同时在温岭市人民政府门户网站（<https://www.wl.gov.cn/col/col1402170/index.html>）上公布。

2. 咨询电话：

(1) 温岭市自然资源和规划局：0576-82837029 (土地业务)

0576-86105312 (规划业务)

(2) 温岭市人民政府城西街道办事处：0576-89960862

(3) 温岭市财政局：0576-86086637

咨询时间：工作日上午9:00—12:00，下午2:30—5:00

温岭市自然资源和规划局

2025年3月18日