

疯狂的“谷子” 一块“吧唧”被炒到7万多元

一枚手心大小的徽章,在外人看来可能就是一个没什么用处的铁片,但26岁的晴天愿意花几百元去购买。等到快递到了,拆开盒子,有时她连包装袋都不撕,直接放进自己的收藏柜里。

除了徽章,她的收藏柜里还有跟自己偶像有关的海报、手办等,她前前后后花了几万元,6年的工资除了生活费都搭进了这里,有时还会透支信用卡。在外人看来不太理智的行为,则是她缓解自己焦虑心情的最好办法。

晴天的这些收藏品,在坊间有一个名称——“谷子”,来源于英文“goods(商品)”的谐音,在当下主要代指漫画、动画、游戏、偶像等作品衍生出的周边产品,包括海报、徽章、亚克力、手办等。

今年,“谷子经济”成为人们热议的话题,不计其数的像晴天一样的年轻人支撑起“二次元周边”这个庞大的产业帝国。自愿还是被裹挟,繁荣还是泡沫?冲出二次元的谷子,将会走向何方?

买的就是一个情绪价值

每年11月4日,骁骁都会有一个固定的仪式:在地上铺好垫子,把一个个谷子严丝合缝地对齐,摆在上面;拿出小黑板,用粉笔在上面工工整整写上“生日快乐”,然后用蕾丝和花朵装饰黑板。

骁骁在给一个人过生日,这个人名为泉镜花,是日本漫画《文豪野犬》中的虚拟角色。把谷子平铺到房间的行为,在圈里叫“摆阵”。每次摆完阵,骁骁都会拍张照,发到社交平台上。

骁骁今年14岁,两年多的时间里,她在谷子上花了几千元。每个周末她都会把谷子拿出来把玩,有时候摊开放在床上、地上拍照。

骁骁最常买的谷子是徽章,圈内叫“吧唧”,也是日语徽章的谐音。最多的一次,同一款吧唧,她一口气买了27个,这也是她展示自己喜欢这个人物最直接的办法。

在一位8年谷龄的“老谷民”看来,这种爱买很多同样的谷子然后“摆阵”的行为,是资本营销出来的规则。“资本告诉我们,你买了多少,就意味着你对这个人物有多少喜爱。”圈子里也给这种行为对应了相关话语:展示厨力,意为通过钱展现自己喜欢迷恋的程度。

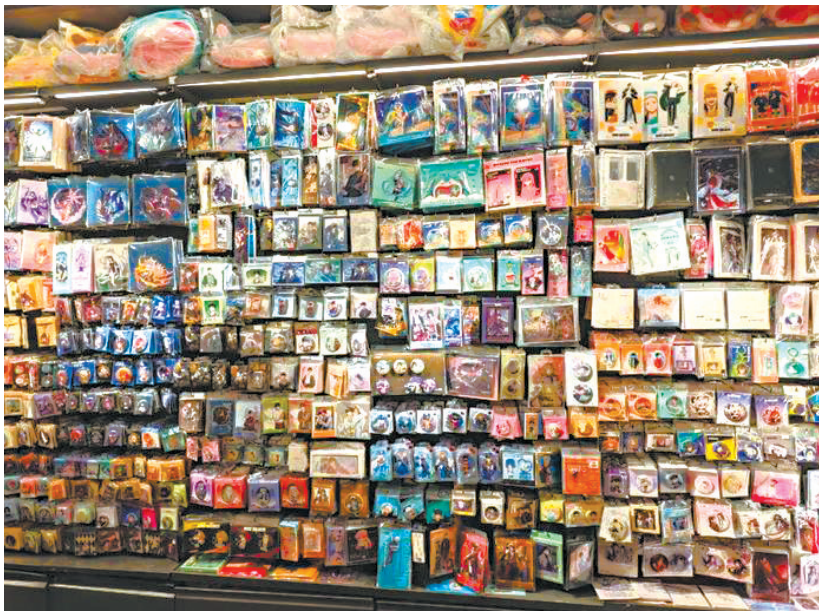
这位谷民会把每一个谷子都保存得很好:在收到徽章后,她会先烫个膜,放到专门的自封袋里,再放进密封盒,最后在密封盒里加入干燥剂。这是为了避免这些小铁片生锈。

吧唧是目前二手市场上最流行的谷子,这些小铁片市面上便宜的几十元,热门的动辄几百上千元。今年,一块《排球少年》里西谷夕角色的吧唧在二手平台上被炒到了7.2万元,传说中这款吧唧全球限量5枚。另一枚同款动漫里及川彻角色的“队旗麻将”被炒到8.4万元人民币,交易平台显示浏览量有1.1万人次。

今年25岁的叮叮从上幼儿园时就开始买谷子,那时动画片的周边只有小玩偶或者小贴纸。她记得“谷子”这个词语出现在她世界里的时间是2016年,当她遇到自己喜欢的人物和图案,还是愿意掏2000元购买100个同样款式的吧唧。“我觉得买的就是一个情绪价值。单纯喜欢比较空虚,拥有一个物质性的东西,就会让自己心里好受些。”叮叮说。

调查数据显示,“吃谷”(购买谷子的行为)的主力军为90后、00后人群,很多人在谷子上的年人均消费超千元。为了吸引人流量,商圈里纷纷引入谷子店。据浙商证券统计,目前国内一、二线城市超60个核心商圈都在陆续打造二次元消费城市地标。

在北京,王府井、西单与崇文门被称为北京吃谷人的“三大圣地”,记者看到,部分商场一层楼都是谷子店,还



北京一家商店里的“谷子墙”。

郭懿萌 摄

设置了谷子摆摊点位供散客交易,周末很多年轻人穿梭其中挑选喜欢的谷子。

社交、上瘾、情感投射

“不能理解”,是圈外人对于“谷圈”的第一反应,但谷民有自己的理由。

社交无疑是很重要的一个因素。20世纪80年代《圣斗士星矢》《黑猫警长》吸引了一批当时的小朋友,即使那时候周边只有卡通贴纸,孩子们也会买来收藏。到了20世纪90年代,《灌篮高手》《名侦探柯南》《数码宝贝》接连出现,它们的周边也成了一代人的记忆。

再到后来,小浣熊水浒卡、奇多三国卡在年轻人的圈子里风靡一时,谁集齐了所有卡片,就会得到其他人的膜拜。

动漫里的人物也成为人们希望的投射。有的谷民与主角的经历产生了共鸣,购买谷子时不时看看能够鼓舞自己,有的则希望自己拥有动漫中人物的特点,坚强或是洒脱。

玩这个上瘾,是很多谷民的共识。而在盲盒模式进入谷子圈后,这种上瘾的感觉又多了一层。

一家谷子店的店员告诉记者,在圈里出现“一番赏”的模式后,她碰到过几次给未成年人退费的家长。“一番赏”的游戏规则是,玩家在盒子里抽纸条,店员会根据背后写的标签告诉他,这是大赏小赏,大赏可能是个玩偶、手办,小赏可能是毛巾、腕带、挂件。

“有一些家长看到孩子花了58元或者68元,只买到了一个毛巾,很不值,会过来退费。”她遇到退的最多的一个孩子,要退5个,将近300元。

后来一些店家都会在店内明显的地方贴出告示,提示未成年人必须在

家长的陪同下才能买“一番赏”。

乱象

很多谷民形容,买谷子和买股票的感觉类似。买到手的谷子会涨也会跌。

涨跌主要的原因在于黄牛。“有些在日本特定场所出现的谷子,黄牛会花几万日元雇当地的大爷大妈前一天晚上开始排队,导致正常购买的人都买不到,然后控制着价格和数量从手里一点一点往外出,人为制造稀缺性。”一位谷民说。

但就像演唱会开场后有的黄牛会用相对低的价格出售门票一样,担心谷子砸在自己手里的黄牛们,也会随着时间流逝把手里的谷子以“白菜价”兜售出去。

还有很多原因会影响谷子价格的涨跌,比如配音演员在现实生活中塌房,某个动画突然在国内流行,或者某个稀有版的谷子突然复刻了……

随着谷子的价格越来越高,盗版和跑单的行为也不断出现。这种现象在线上不仅难辨别而且难维权。

叮叮在二手平台上高价买过盗版的谷子。当时一个吧唧的价格被炒到800至1000元,她碰到的卖家六七百元就能出,她果断买下来,结果发现这是个盗版的谷子。她找到卖家理论,对方支支吾吾,最后她找到二手平台维权才把钱给退回。

晴天看中了一个上千元的吧唧,每次二手平台上有人挂出来,她都会心动,但舍不得买。她知道,同款谷子几十元盗版的工艺不会比正版的差,甚至可能更精美,但她从来不会买,“心里不得劲儿。”

线上拼团代购跑路也是很多谷民担心又常遇到的事。今年“817稻米节”(《盗墓笔记》粉丝发起的节日)前,小黎加入了一个代购团。结果粉丝们



一位8年谷龄的谷民会在收到吧唧后用4道工序保护它。受访者供图

没等来发货通知,团长卷走了将近14万元跑路了。

引导与治理

在做心理咨询工作时,陆婧时常会碰到喜欢谷子的青少年。她觉得喜欢一个事物的心理正常且普遍,但是需要得到充分的倾听。

在陆婧看来,人们对于谷子的热衷,就像是跟自己玩一个“掌控能力”的游戏。在游戏的过程中,一旦得到好的结果,人会瞬间获得一种被确定的感觉。“这会让人感觉很刺激、心跳加快,实际上满足的也是那种对不确定性事物的掌控欲望。”

作为一个心理咨询师,陆婧认为,不管是买周边还是抽盲盒,它本身都是填充了人现实生活中得不到满足的那一部分,本身是试图弥补或无意识地表达内在的某种缺失。尤其是针对身心快速变化中的青少年群体。她会告诉来访者,不要过多纠结戒掉这件事情,而是去反观自己的生活,看到自己停不下来的背后,内心的缺失到底是什么。

21世纪教育研究院院长熊丙奇认为,年轻人有娱乐、游戏、社交的需求,“孩子们娱乐消遣的需求不能‘一禁了之’,家长即使去训斥或者禁止,他也会找到其他出口宣泄”。

在熊丙奇看来,如果想要把部分沉迷谷子的年轻人拉出来,培养更广泛的兴趣是关键。家长应该主动接触孩子,倾听他们的需求,花时间陪伴他们一起去做更多的尝试,学校也应该增加社团活动,不把学生当作学习机器,满足他们多方面的心理需求。一旦他们出现攀比消费,甚至不消费就被孤立被霸凌的情况,家长和学校都要及时介入,树立正确的理财和社交观念。

(晴天、骁骁、叮叮、小黎均为化名) 据新京报