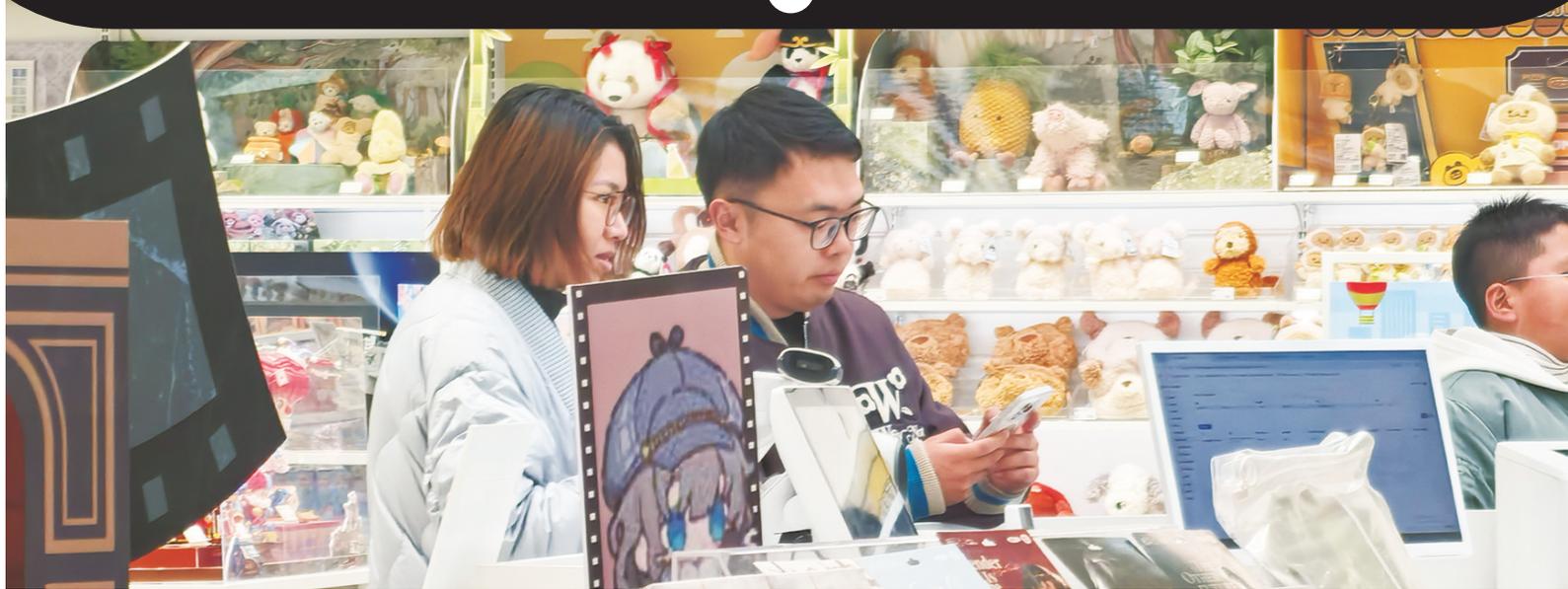


“谷子”文化兴起 为西藏经济发展注入新活力

曾几何时,提起西藏,不管是网络词条还是旅游实记,“神秘”一词似乎总是高频出现的。但近几年来随着经济发展,各类新内容在西藏涌现,AI智能、自助经济、潮流绘画、新概念咖啡馆……西藏也可以很潮流。而在这些潮流文化中,最受当代西藏青少年乃至上班族欢迎的,非“谷子”莫属。所谓“谷子”,即动漫、游戏、偶像、小说等文化IP衍生出来的周边商品,它们因承载着粉丝对原作的热爱与情感寄托,而成为当下年轻人追捧的热门商品。近日,记者走上拉萨街头,探访高原的“谷子经济”。

文/图 记者 德吉央宗



“谷子经济”随处可见

漫步拉萨街头,不难发现,不论是街头巷尾的广告牌,还是各级院校、大型商圈周边的精品文具店,“谷子经济”随处可见。走进拉萨市各类大型商超,不论是KKV、名创优品的各类动漫周边展区还是X11、Lenle、绿光派对等周边专卖店铺,可以看到不同年龄段的人都在挑选心仪的“谷子”。

每到周末或下班时间,走进任意一家商场,这类店铺的生意总是最为红火。“每次来商场,都会去这些店里转一转,买些盲盒,而且我和我男朋友都是《蜡笔小新》的忠实粉丝,现在《蜡笔小新》的所有盲盒公仔我都差不多集齐了。”市民格桑玉珍说。

走进柳梧万达二楼的“谷子店”,门口一整面墙的卡牌、徽章等“谷子”分外吸睛。往店内走去,各类盲盒手办、海报、公仔种类繁多,造型各异,让人目不暇接。仔细观察不难发现,不同的“谷子”售卖区,消费者的年龄段也有所不同。在较为便宜的卡牌、徽章、明信片、文具用品、海报等区域大多是学生。而在价格相对高的手办、盲盒、角色公仔等区域则是上班族居多。

X11的店员小董告诉记者,每隔一段时间店内就会引进新的周边手办,现在店里售卖得最火的是《名侦探柯南》、《咒术回战》的各类周边。“因为店里的消费主力军大多是年轻女性,所以现在也逐步开始引进了轻小说《天官赐福》、女性向游戏《光与夜之恋》等的相关产品。但是这类IP的周边目前只有卡牌、徽章、钥匙挂件之类,后续会看售卖情况考虑引进其他类型。”小董说。



热爱驱动“谷子”DIY

今年2月、5月、7月,西藏二次元爱好者在拉萨各大商圈也举办了多次漫展,漫展上除了有各类角色COS,还有二次元爱好者们售卖或相互赠送各类“谷子”,而这些“谷子”大多是二次元爱好者们自制的。

“我非常喜欢看《盗墓笔记》,其中最爱的角色就是解雨臣,但这种大热IP的‘谷子’通常都不太便宜,所以我索性就自己动手做了。”拉萨市民桑吉卓玛举着解雨臣经典戏服造型的流麻牌,高兴地向记者展示。

据桑吉卓玛介绍,这是她在小红书、抖音等平台上搜索流麻制作教程,用美甲紫外线烤箱、常规亮片、同人图

等耗时3天制作的。“后来发现在购买材料、制作工具等上花的钱,甚至比买现成手办还多,但是DIY自己喜欢的角色真的很满足!”桑吉卓玛说。

来自北京的刘小彤是桑吉卓玛在知名动漫《火影忍者》贴吧结识的网友,早在5月份得知拉萨举办了漫展后,刘小彤便趁着休假来到拉萨面基。“这是我第一次来拉萨,来拉萨之前我其实一直对桑卓的话存疑,但是来了后才发现这里的二次元文化氛围一点也不比其他城市差!”刘小彤说。

刘小彤本职是个白领,日常爱好就是用黏土捏自己喜欢的角色,这次

在来拉萨前赶制了很多《火影忍者》相关角色,送给桑吉卓玛。希望她在下一次拉萨举办漫展时,能够带上这些自制“谷子”分享给二次元同好。

“其实‘谷子’也不仅仅局限于各类物件,自己画的同人图,自己写的同人文之类的衍生品,我觉得也可以算在‘谷子’里。”拉萨市民张弛是一名COS爱好者,同时也是一个同人画手,他在微博经常提供同人图定制服务,收入不菲。“例如微信头像、朋友圈背景、同人文封面,甚至流麻手作的参考样图,一单如果非商用且不买断的话通常能赚个70-90元,如果商用买断则可以赚300多。”张弛说。



肥沃“土壤”孕育经济新脉动

随着互联网和社交媒体的快速发展,二次元文化迅速传播,动漫、游戏等文化产品逐渐受到越来越多年轻人的喜爱,这为“谷子经济”的兴起提供了肥沃的土壤。实际上,在“谷子经济”这个专有名词出现之前,生活中就已经有了各种“谷子经济”的雏形。

对于许多90后、95后而言,小时候蹲守少儿频道、在学校门口小卖铺购买动漫贴纸、书皮、文具盒、海报等,都是珍贵的童年回忆。“小时候买不到‘谷子’,我甚至还会把影碟包装上的角色形象剪下来,做手账本,笔记本和书签上但凡带有自己喜欢的漫画形象或元素,会立刻买下来。”格桑玉珍说。

不少年轻市民表示,小时候经济不自由,“谷子”种类稀少,而现在大多已经参工,所以他们非常愿意为自己的兴趣和爱好买单,追求个性化、差异化的消费体验。

也有不少市民认为,社交媒体的发达也侧面激发了他们的“谷子”购买欲。记者在社交平台搜索相关词条,经常会出现不少年轻人分享自己收藏的“谷子”,而在一些精美的“自制谷”分享视频下,有不少年轻人建议博主开通购物车。而在这类视频评论区的互动中,通常不少人也在推荐自己认为不错的“谷子”,一来一往的分享间,不仅增强了粉丝之间的互动和认同感,也进一步推动了“谷

子经济”的发展。

而在走访过程中,令记者印象最深刻的是“谷子经济”对线下实体店发展的推动。近年来,在电商和数字化浪潮的冲击下,实体商场面临着客流量减少、租金压力增大的挑战。而“谷子经济”带来的二次元消费潮流成功地将线上流量引回到了线下,拉萨各大商场“谷子”店的客流量明显比服装店、化妆品店、家居店等店铺高。

“谷子经济”在拉萨的兴起,不仅丰富了当地年轻人的文化生活,也为经济发展注入了新的活力。它体现了西藏年轻一代对个性化、差异化消费的需求和追求,也反映了西藏文化产业的多元化发展趋势。