

“吃谷”流行 年轻一族乐为情绪价值买单

2025年04月22日 16:20 来源：中国新闻网



一股“吃谷”热，正在年轻人中流行。

此“谷”并非田间农作物，而是源自英文“goods(商品)”的谐音，泛指以动漫、游戏、偶像等版权作品衍生出的二次元周边产品，包括徽章、立牌、卡片、挂件、手办、毛绒公仔等。购买“谷子”称为“吃谷”。

“每个‘谷子’均对应具体角色、场景，压力大或疲惫时，看看喜欢的‘谷子’，会让人心情愉悦。”某高校博士张旭“吃谷”已逾3年。入手较多的是游戏类，以观赏、收藏为主，每月“吃谷”花费约100元(人民币，下同)。

21岁的女孩归舟(化名)，家中有个专门存放“谷子”的柜子。归舟说，“谷子”不仅带给她快乐，也让她收获不少同龄朋友。大家会在“谷圈”里分享最新“谷子”讯息，也会线上拼团代购海外“谷子”。

21岁女孩淮行仁(化名)的房间里，摆放着众多毛绒公仔，“虽然它们不会说话，但是看着就开心。”

“量力而行”是淮行仁“吃谷”原则。她介绍，普通“谷子”单价在10元至100元之间。一些限量款、热门IP“谷子”，价格会高一些，甚至引发黄牛热炒，她会谨慎对待。

“吃谷”14年的“95后”女孩蓝焰(化名)认为，二次元作品多以年轻人的视角看待世界。这种情感上的连接，使得二次元文化更容易走进年轻人内心，引发情感共鸣。

记者通过梳理了解到，一些老牌商圈紧随“吃谷”热实现转型。上海百联ZX创趣场、武汉江汉路X118、成都天府红、西安小寨银泰城等商圈，通过引入IP授权门店、地区首店、IP快闪活动，成为“二次元聚集地”，吸引大量年轻人前来购物、打卡。

记者近日探访武汉江汉路X118发现，该商场一层至四层，“谷子”店一家挨着一家，货架上密密麻麻摆放着各类“谷子”。前来选购的年轻人络绎不绝。

“年轻人是‘吃谷’主力，群体覆盖学生到上班族。”在此经营的刘鑫介绍，

一般评分较高或当季热门番剧的周边产品较受欢迎。一些联名限定产品，上架即被抢空。其店铺每月净收入在1万元至3万元之间。

据艾媒咨询(iiMedia Research)数据，2024年中国“谷子经济”市场规模达1689亿元，较2023年增长40.63%，预计2029年中国“谷子经济”市场规模超3000亿元。

在武汉纺织大学经济学院副院长李正旺教授看来，现在年轻人“吃谷”与“80后”集邮类似，均是通过物质载体来表达精神寄托。“谷子”作为二次元文化的具象化产物，满足了年轻人展示个性、追求独特的心理需求；同时，年轻人通过“谷子”将虚拟角色的陪伴转化为现实中的情感寄托，显示出特定时代的心理映射特征。

但他也指出，作为流行文化产物，“谷子”产业面临产品质量参差不齐、市场监管缺失、价格虚高等问题，建议政府部门通过加强质量管控、完善市场监管、合理定价和拓展销售渠道等对策，引导“谷子”产业健康、持续发展。

单词:	xiéyīn 谐 音	yǎnshēng 衍 生	píbèi 疲 惫	xùnxī 讯 息
	yīnfā 引 发	rèchǎo 热 炒	jǐnshèn 谨 慎	shūlǐ 梳 理
	tànfǎng 探 访	fùgài 覆 盖	jìtuō 寄 托	cēncībùqí 参 差 不 齐

讨论：1. “吃谷”现象对年轻人的个人生活和社交关系产生了哪些影响？

2. 你是否体验过类似“吃谷”的情绪消费？请结合自己的经历，谈谈你在消费过程中感受到的情绪价值。

源新闻：<https://www.chinanews.com.cn/sh/2025/04-22/10403703.shtml>

音声 URL：<http://ttn.co.jp/sound/text/files202505161747358651.m4a>