

消费

“95后”、“00后”成消费主力军

“二次元消费”从小众走向大众

曾经在很多人眼里，“二次元”都是些小孩的玩意，甚至与幼稚、肤浅挂钩，然而在国内知名的趋势营销公司知萌咨询机构发布的《中国消费者趋势》报告中，未来十大消费趋势“二次元消费”位列前三，目前中国已有3亿二次元消费者。

在桂林，二次元消费者同样众多，将于7月份暑假期间开展的桂林第四届动漫夏日祭如今也正在如火如荼地准备中，从动漫电影到爆款游戏、动漫周边，从A站、B站的走红到各类二次元视频的传播……长久以来主要存在于年轻人群体中的二次元“小众”文化正在逐步迈入大众视野。

“95后”、“00后”成二次元消费主力

数据显示，2018年淘宝“双12”期间，淘宝二次元行业相比2017年的销售额同比增长近90%，在这些二次元行业中“95后”、“00后”消费者占比近50%，成为当之无愧的消费主力。

什么是二次元？根据中国二次元行业报告定义，二次元文化是在以ACGN为主要载体的平面世界中，由二次元群体形成的独特价值观与理念，所谓ACGN即动画、漫画、游戏、小说的英文首字母缩写。而二次元消费则涵盖了动漫本身及极其庞大繁杂的服饰、手办、音乐、视频、蓝光光碟等周边产品。

“每个月在二次元消费上花两三百块钱算是常态，如果有大型活动比如漫展就要花更多了。”1999年出生的女孩“非烟”是典型的二次元爱好者及消费者，目前在桂林一所高校念书，“非烟”笑言二次元消费是个无底洞，自己课余时间打工赚的钱，一半以上都“贡献”给了心爱的二次元世界，尤其是精美的手办和服饰，看到喜欢的就忍不住“剁手”。“非烟”还告诉记者，一个正版手办的价格多在百元以上，一般的200-400元不等，高档的要近千，而且一直在出新，购买欲望也在不断被挑战。尤其是等身手办，单价随便就奔10万的价格，简直高到普通消费者只能仰望的地步。虽然买不起这么贵的等身手办，但“非烟”坦言，这几年花在手办和二次元服饰、参加漫展活动方面的钱已超过3万元，与其他的二次元周边产品相比，手办不仅保值甚至有升值机会，所以“非烟”觉得这也算一种消费投资。

网购平台的“海纳百川”为二次元消费者提供了更多便捷，通过网购，很多桂林的二次元爱好者纷纷将喜爱的商品纳入囊中。“有不少喜欢的周边产品在桂林买不到，网购还是很方便的。”2001年出生的男孩子“氩金”说，自己刚上大一，因为还没有出去打工，所以零花钱有限，但自己爱好二次元，所以在生活其他方面会节省一点，留出钱来支持自己的爱好。其中购买一些周边产品、参加漫展、租赁一些二次元服饰等，都是他经常要支出的费用。“平均每个月也要花到几百元左右。”“氩金”告诉记者，自己喜欢的主要是手游周边、动画BD和手办等。

商机无限的二次元行业

在漫友中，有一大半群体选择免费享受，这个群体也被漫友们戏称为“白嫖党”，而舍得为二次元产品花钱的群体，在圈内则被称为“偶像宅”和“网流宅”，他们每人每年为偶像和游戏花费不菲。而“偶像宅”和“网流宅”的消费排位则依次是偶像、女仆与COS相关服务、铁道模型、声优、同人志、漫画、动画、轻小说、V家。

这些舍得花钱的“偶像宅”和“网流宅”为二次元行业带来了无限商机，即便是不舍得花钱的“死宅”，无形中也在助力着二次元的人气。2018年淘宝“双12”当天，古典玩偶与真人人偶的IP授权合作款lo裙，单价超过4000元，但开场仅20分钟就被一抢而空。此外，“双12”开场仅19分钟，一家销售cos服装的福州店铺销售额超过百万，而同样来自福州的另一个网上商铺在10分钟后就冲破了百万销售额。在淘宝牵头下，新世纪福音战士、食之契约、龙猫、初音未来、霹雳布袋戏、西子猫猫等国内外知名IP通过跨界合作、IP授权等方式，正在做大二次元消费市场这块大蛋糕。商机在前，进军二次元行业领域，也成了不少人的选择。

漫展是每个城市里二次元爱好者的盛会，桂林至今也连续几年举办了漫展，参展人数逐年上升。记者了解到，截至今年4月份，桂林漫展的单次参展人数已达到1万至1.2万人。已从事动漫行业数年的漫展策展人“前前”告诉记者，桂林参加漫展的年轻人越来越多，仅2019年4月期间，参加桂林动漫文化展的人比2018年就增加了20%左右，预计在即将到来的暑期，第四届桂林动漫文化展又会迎来一个更高的参展人数数据。“前前”还说，漫展除了有丰富的舞台活动，现场还会有大量二次元周边销售，每个来参加漫展的二次元爱好者，平均花费在200-300元，其中包括了门票消费、周边产品消费等，而参展之前的服饰购买租赁、化妆、假发、道具购买等，又是另一笔花销。

在东西巷、中山路、高新区等桂林的繁华商业区不难发现，不少与动漫有关的消费场所近年来也增多了不少，以“动漫”为后缀的经营场所更是涵盖了书吧、咖啡馆、青年旅馆、游戏吧等领域，甚至很多公益性质活动，也嫁接了大量二次元的元素以吸引“95后”、“00后”等年轻群体关注。



↑每一届桂林漫展都汇聚了大量二次元爱好者。



↑为了在漫展上精彩亮相，二次元爱好者们都舍得花钱置办行头。

文化的融入与尊重

对二次元文化的接受和认可，不仅从消费群体上能得到体现，在大学开设的专业里也越来越能看到二次元身影，足以窥见其影响力之大。桂林的各个高校，有不少在美术学院、设计学院开设了与二次元有关的动画专业，二次元不仅是一种新兴文化，在影响力逐步增大、消费市场逐步扩大的现状下，更影响着未来消费的走势，甚至与就业有关。

桂林旅游学院图书馆学科服务部主任汪洋说，学院不仅开设了动画专业，在图书馆内还藏有大量的相关书籍、资料供学生们借阅使用。汪洋认为，二次元文化的普及带来二次元消费市场的扩张是水到渠成的事情，二次元世界对应的是三次元现实世界，这个世界非常丰富和多元化，这也是其日益繁荣的重要原因。在年轻人追求个性化的当下，二次元文化丰富的文化背景和类型各异的题材能让不同

个性、不同喜好的人找到自己所爱。

“在互联网尤其移动互联网普及带动下，二次元群体是几何级地在扩张。”汪洋说，文化扩张带动了二次元产业链条的极大延展。例如：以前喜欢二次元的人只能买动漫书，而现在可以看、可以买、可以玩的东西太多了，消费人群和消费市场自然攀升。此外，由于动漫产品的表现形式比文学更加丰富，更容易俘获“95后”、“00后”的内心，从动漫、游戏等领域开始，原创IP打造串联起分散于二次元产业各个环节，动漫、视频、游戏、音乐、电影、小说……可以说，如今二次元乃至泛二次元领域已迎来发展新热潮，也深入到年轻人的日常生活中。汪洋坦言，不戴有色眼镜看待“95后”、“00后”的爱好，融入和尊重这样的文化也是所谓“大人们”的必修课。“随着年龄的增长，看动漫长大的这些年轻人此后会成为社会中坚力量，他们的喜好将会影响未来品牌营销、市场消费的大方向。”

记者阳颜 文/摄