



聊城一名“吃谷”爱好者购买的“谷子”。

宋春芳 摄

『谷子』消费升温 警惕背后陷阱

“谷子”，取自英文“Goods”（商品）的音译，一般指以漫画、动漫、游戏等IP为原型制作的周边商品，包括“吧唧”（徽章）、立牌、钥匙扣、镭射票等。与“谷子”对应，购买这些商品的行为被称为“吃谷”，由此形成“谷圈”。

近年来，随着二次元文化的深入和粉丝经济的崛起，“谷子”在线上线下受到不少年轻人追捧，因个别限量版产品价格惊人，也被戏称为“塑料黄金”。“谷圈”持续走热的同时，一些乱象随之滋生。

“谷子”热度攀升受追捧

近日，在广西南宁市朝阳广场一处商圈，许多招牌上带有“吃谷”“集谷”“谷屋”等字眼的店铺里，生意十分火爆，有的店铺更是排起长龙。店铺货架上，随处可见动漫、游戏等周边产品。

记者走访发现，这些产品体积小、重量轻、材质不算昂贵，比如铁片制成的“吧唧”、亚克力板制成的立牌、硬卡纸制成的色纸等，而初高中生是这些“谷店”的消费主力。

“对我们来说，‘谷子’不仅仅是商品，还代表对某个作品的热爱和对某个角色的支持。”正在挑选产品的小周告诉记者，自己今年15岁，班上很多同学都会在周末来“谷店”逛一逛。

除了线下火热，线上对“谷子”的讨论也在持续。在抖音平台，“谷子”相关话题播放量已超100亿人次；在小红书平台，“谷子”相关话题浏览量已超20亿人次。微博平台也成为年轻二次元人群聚集的最大社区之一。

根据数据机构QuestMobile发布的《年轻人群生活偏好及购买行为研究报告》，全网二次元及游戏用户规模已达5亿，占据全网四成比例，其主力军为“90后”“00后”人群。

在这个小众的圈子里，隐藏着巨大的消费密码。在线下，“谷店”如雨后春笋般涌现；在线上，大量“卖谷”直播间入驻电商平台，同样蓬勃发展的还有二手交易和私域拼团“买谷”生意。

来自上海的大学生余嘉轩是一名二次元资深爱好者，他告诉记者，为保证正版，他更倾向于在官方渠道购买，但很多时候一些限量版或地区限定的“谷子”只能通过代购或二手市场才能获得。

同时，由于“谷子”多为海外原版或工厂定制，为平摊运输成本和降低定制价格，很多人选择拼团“吃谷”，交易一般发生在微信、QQ等私域，而且大多采取预售制，等待周期漫长。

“我现在手头就有十几个‘买谷’群。”小余说，他们先在社交平台搜索对应“谷子”的推车（团员宣传）信息，再联系对方加入QQ群等，登记参团信息后使用拼谷小程序下单。

记者在多个“买谷”群内看到，不少成员会在“买谷”之余分享生活、交流课业等。初

二女生小吴说，在学校里，一些学生会把零食、文具等卖了换现金“买谷”。“‘谷子’能带来满足感，下课后，同学还会凑过来看我的‘谷子’，开启聊天话题。”小吴说。

热衷“买谷”的年轻人，也热爱在社交媒体上发帖“晒谷”。在社交平台上，“吃谷一晒单—录开箱—买收纳—拍谷美—扎痛包—摆痛桌痛房痛车”已形成一条链路循环，甚至衍生出“摆阵”这一玩法，即把收藏的“谷子”平铺到房屋各个角落，极具视觉震撼力。

一些年轻人“吃谷”遭遇陷阱

随着“谷子”市场不断升温，一些乱象随之滋生。

在“谷圈”中，“谷子”通常分为普谷、湖景谷和海景谷，普谷相对容易获得且价格适中，湖景谷和海景谷则因具有限定特征且数量稀少，价格相对较高。此外还有粉丝自制的“同人谷”，其价格比官方授权IP制作和售卖的“谷子”低得多，是不少学生党的选择。

一名“吃谷”6年的爱好者说，一些“谷子”原本价格不贵，一旦贴上“稀有”“限量”等标签，转手价格就翻了好几倍。如果是某个热门IP的全球限量发行款，加上获取渠道本身就很难，价格更会被热炒，少则几千元，多则上万元，“好看不值钱，限量才值钱”。

限量版的稀缺性加上粉丝强烈的购买欲望，跟风“炒谷”的人不在少数，有时还滋生出一些“赌博式”的玩法。有的商家和投机者趁机哄抬价格，导致部分“谷子”价格远超其实际价值，但最终砸在手上的也不少。“一开始说是限量发售，后来又大量再贩，这是常有的事。”一名“吃谷”爱好者透露。

随着“谷圈”的火爆，一些诈骗分子也趁机入局。多地公安机关发现，近期涉“谷圈”的虚假购物类、假冒公检法类的诈骗案件频发。骗子利用热门动漫周边产品，通过社群聊渠道发布贩售广告，以低价出售为诱饵，对迷恋“谷子”的孩子们实施诈骗。

前不久，北京警方公开一起案例，一名13岁的学生肖某向警方报案，称其浏览某社交平台寻找《排球少年》徽章时，被诱骗加入一个QQ群。诈骗分子以挑选喜爱的徽章为幌子，索取肖某个人信息，后以未成年人购买需承担法律责任为由，对肖某进行警告，还冒充民警，通过视频通话方式恐吓肖某利用父母的手机登录银行APP并扫码支付，最终肖某被骗9999.93元。

不少人选择在二手平台或通过“黄牛”购买行情紧俏的“谷子”，或是走海外团购渠道，都有较大受骗风险。不仅海外代购人或“团长”可能会卷款跑路，一些代购的“谷子”未按照规定申报还可能涉嫌走私问题。

日前有媒体曝光一起“谷圈”代购跑路事件。2023年，一个群主收取了600多人的货款20余万元，却一年都没有发货。受害者采取了曝光账号发避雷帖、让平台封禁代购支付账号等措施，但很难真正挽回损失。

记者在多个社交平台以“谷子”为关键词搜索，发现大量“避雷”“避坑”帖子，多与拼团、代购有关，而这些吐槽帖多以维权无门而告终。

一名“谷子”卖家透露，因“谷圈”有大量未成年人，他们大多选择先在闲鱼上跟买家沟通，再转到私域进行交易。

在现实中，未成年人“开团”现象也普遍存在。由于未成年人身份保护，即使他们卷款跑路，也很难追究其法律责任。一些不良分子利用这一点，以未成年人身份开设多个跟团群骗取钱财，受害者往往面临投诉无门、追款困难的困境。

多名“吃谷”爱好者告诉记者，团长跑路的方式包括但不限于退群、拉黑团员、已读不回等。“由于交易发生在私域，没有平台保障和监管，团长往往处于‘一言堂’的地位，我们

也没办法，因为不买就更无处可买。”上海大学生张某某说，由于“谷圈”拼团一般单次金额不大，即使集体报警立案，也很难追回。

引导与治理并举 推动“谷圈”健康发展

受访人士认为，一代人有一代人的“谷子”。从本质上看，“谷圈”与集邮圈、水浒卡圈等没有多大区别，都是通过共同的文化产品消费趣味，从而达到社交目的及满足情绪价值。年轻群体的“谷子”消费可视为一种“成长性消费偏好”。

“热衷‘谷圈’消费，反映了当代青少年的兴趣爱好、消费观念和文化认同。”广西大学新闻与传播学院副教授党琼说，动画、漫画和游戏（ACG）文化对青少年有很强的吸引力，“谷圈”作为其衍生产品，满足了他们对偶像和IP的情感需求。在“谷圈”中，青少年可以找到兴趣相投的群体，通过分享和交流增强归属感，购买和展示稀有谷子成为青少年表达自我身份的一种方式。

“个别商家利用限量发售、联名合作以及盲盒等营销手段制造消费焦虑，会加剧攀比现象的蔓延，进而强化消费行为。”党琼说，需要警惕的是，“谷圈”中的攀比消费容易导致未成年人将价值观建立在物质拥有上，而非作品本身的文化内涵，这可能会使未成年人陷入“消费内卷”，从而产生焦虑等心理问题。

北京颐合中鸿（南宁）律师事务所律师邢通远认为，利用出售“谷子”卷款跑路、“退圈免费送”等手段骗取财物的，可能构成诈骗罪；“冒充公检法借假影响个人声誉进行威胁”的，涉嫌招摇撞骗罪。

广西桂玺律师事务所张哲律师认为，如果未成年人作为“团长”被骗，一方面是受害者，但对于“团员”而言是一定程度的加害者。此时要具体分析该“团长”在组团过程中所实施的具体行为，比如是否具有非法占有的目的、是否明知上游商家诈骗但仍为其提供辅助、便利等，以此综合判断是否构成犯罪。

受访专家和学者认为，推动“谷圈”健康发展，一方面要对“谷圈”相关乱象进行有效监管和引导，减少和防止对青少年的消极影响；另一方面，加强对青少年的教育和引导，培养正确的消费观、娱乐观，保护和鼓励广大青少年群体探索个性化的文化生产方式。

“当前造成‘谷圈’市场混乱、产生大量受害者的主要原因，就是脱离严格监管的平台进行私域交易。”广西消费者权益保护委员会秘书长唐楚尧说，私域交易缺乏规范的交易记录和凭证，导致侵权证据难以收集，这是“谷子”交易侵权事件的处置难点。

唐楚尧认为，监管部门应加大对私域交易平台的监管力度，打击侵权行为，并通过宣传教育等方式，提升消费者的维权意识。“在市场层面，应警惕盲目炒作和虚假营销行为，并与电商平台合作强化交易监管，打击假货和诈骗，保护消费者权益。”

未成年人的“买谷”行为，还需要学校和家长的引导和监督，避免过度消费、攀比消费等不良倾向。邢通远认为，家长和学校应加强对未成年人网络安全、消费行为以及身心发展的关注，并加强教育引导，帮助孩子树立理性消费观，引导其健康参与“谷圈”，提高对诈骗手段的警惕，增强自我保护能力。

党琼认为，“谷子”产业要实现长远发展，还需要注重文化价值的提升。在产品层面，应突出原创设计和故事性，增加文化附加值，引导消费者关注作品本身而非盲目追求稀缺。同时，产业可以通过丰富产品种类和创新商业模式，拓展产业链，例如开发虚拟内容、IP衍生服务以及主题场景体验，创造更多的文化价值和消费体验。

据《经济参考报》