

# “小众文化”下沉，年轻人如何爆改县城

“回村三天，二次元治好了我的精神内耗！”近日，一条在贵州遵义赤水举办漫展的视频，受到B站100多万网友追捧。

B站上，一条在贵州遵义赤水举办漫展的视频，受到100多万网友追捧。

对于大城市的年轻人来说，漫展并不是稀有事物。如今，包括二次元在内的各类“小众文化”开始下沉，据不完全统计，2月在浙江举办的40余场漫展中，县城漫展占比已经过半。此外，小城里也办起了脱口秀、剧本杀、音乐剧等活动，不仅给了县城爱好者们窥见文化同盟的机会，也是各地吸引年轻人到当地旅游、消费的契机。

当舶来品撞上本土文化，当县城搭配潮流玩法，一个独具风味的梦正在悄然酝酿。



位于路桥的十里长街的十里潮玩集合店

## 县城闯进小众赛道

上周末，来自宁波慈溪的枢老师（化名）一早穿上洛丽塔裙，戴上蝴蝶结发饰，扫了辆共享单车来到“家门口”的活动现场。

这是在慈溪吾悦广场举办的一场漫展嘉年华。一进入大门，蒲公英形状的灯球和空中花朵装饰营造出梦幻色调，随处可见的动漫元素仿佛将二次元世界“搬”进现实。“完全低估了县城的二次元浓度！”枢老师感叹，老家的漫展让她在时间安排上从容许多，体验感也完全不输城市里的大展。

“两天内就有8万人参与，多数是学生群体。”慈溪吾悦广场总经理严明说，coser（动漫角色扮演者）都礼貌热情，气氛轻松包容，即便是从未接触过二次元的人也能共享这份快乐。

对于这一代伴随互联网成长的Z世代而言，或多或少都有被动漫、游戏中的角色陪伴的时光。县城漫展，作为一种对文娱生活的填充，让年

轻人可以寻找到同好，获得精神满足。

为此，各地小城纷纷拿出商城、酒店、会展中心等场地，搭上这趟二次元“顺风车”。

县城活动内容的不断丰富，也让一些爱好者开始“反向赶集”。自称“老二次元”的00后潇潇（化名），就专门从杭州赶到温州苍南，参加“第四届CY新年盛典—动漫游戏交流会”，“听说小县城的漫展更接地气、更有人情味，没犹豫就去了。”

“县城消费结构正在走向年轻化。有些相对小众的文化活动，因为年轻人的喜欢，能带动市场活力，影响力并不弱。”今年年初，呵呵喜剧主理人杨扬经常“泡”在路桥金清镇高升村的文化礼堂内，一场场乡村脱口秀接连上演。往往上一场的观众在出口还没散完，下一场的观众就已等在门口。

在杨扬看来，青年们带来了消费需求，县城数字消费基建的不断完善，也为各种新业态入驻提供了基础。现在，无论大城小县，只要有“真材实料”，就能成功吸引一批拥趸。

## 年轻人涌入，“爆改”小城

随着县城纷纷出手抢占小众赛道，年轻人的涌入，也让小城里的化学反应不断发生。

不少参加过县城漫展的二次元爱好者表示，参加活动，最重要的不是看展，而是在人群里找到和自己一样的人。“有些观众虽然穿着常服，背着的‘痛包’就是一种身份暗号。”潇潇说。

严明表示，自从2023年吾悦广场开办漫展以来，已经组建了20个二次元社群，每个群都有200余人。“大家兴趣相投，所以发布消息传播很快，这两年吸引不少周边城市的爱好者来到慈溪看展，这些流量又会转化成消费订单。”

无独有偶，在路桥的十里长街，十里潮玩集合店也逐渐成为当地二次元爱好者的桥梁。

走进店里，徽章、收藏卡、相卡、手办、扭蛋、挂件、盲盒、毛绒玩偶等潮玩产品琳琅满目。尽管是工作日，在店里选购的年轻人依然不少。

作为老街上的新业态，这却是家不折不扣的网红店。“春节期间，每天营业额近2万元，人流量超1万人次。”该店负责人章伟青说，电影《哪吒2》上映后，“哪吒手办现在根本不够卖，一上架就被抢光了。”

“小县城卖潮玩，不比大城市差。”在章伟青看来，随着短视频、直播的兴起，潮流文化传播早已打破地域限制。小镇青年追求与大城市同频的潮流，自然也带动了本地消费。

与此同时，许多县城原本就拥有深厚的文化底蕴、得天独厚的自然景观，伴随流量的引入，也让这些优势资源迎来新的发展机遇。

在小红书等社交平台上，“听场脱口秀”“玩

一次沉浸式剧本杀”等文娱活动已经被列入打卡一座县城的旅游清单。“很多观众听完我们的演出，也会去打卡景点、吃路桥‘糯叽叽’美食，自发挖掘出小众出片地点。”杨扬笑言，这些来自五湖四海的“自来水安利”，也为当地旅游的沉寂资源带来新“看点”和“卖点”。

## 小众文化与县城的“双向进化”

“最开始办漫展，心里也直打鼓，不确定县城有没有受众。”慈溪吾悦广场企划部副总监陈玲坦言，回想起2023年办的第一场漫展，当时身边也有不理解的声音，但团队顶住了压力。尽管流程细节还稍显粗糙，观众的热情却为他们注入了信心。

近两年，随着二次元的风刮得更加猛烈，从业者也越发感受到，社会的开放和经济的发展让大家对于亚文化接受度越来越高。如果说曾经的漫展只是一部分人的情感流放地，现在俨然成了一代人的精神家园。

“县城虽小，也应当打开思路，积极接纳、拥抱小众文化。”陈玲说，办了五届漫展后，自己的想法也发生转变，觉得“只要是孩子们喜欢的，一定是主流的”。

当然，新文化、新业态进入县城后，融合并非一蹴而就，“水土不服”也是常态。

“印象最深的一次，莫过于穿着‘全皮’（全套服装），大过年的在县城根本打不到车。”一位从杭州被邀请到周边县城参加漫展的coser说，当漫展结束，从郊区前往动车站，十几公里的路程，是一位当地粉丝骑着电动车送的他。

更不必说县城漫展尚在发展初期，嘉宾难请、展商也不多，且内容存在同质化——通常是在大而空旷的场地里，表演随舞、Live等常规节目。

“光有新业态还不够，服务、环境都要同步跟上，逐步接轨大城市。”陈玲说，为了提升体验，方便coser提早进行化妆准备，他们在早上7时额外开辟入场通道，还设置了化妆区、摄影区等，今年还增加了动漫音乐剧环节。

为了打破“一次性消费”模式，杭州玄机科技股份有限公司在参与漫展之余，还开拓了“动漫IP+县城文旅”的路线。“我们会选择与各地气质相符合的IP入驻，打造主题游路线，比如将我们的《秦时明月》与横店秦王宫展开跨界合作，《师兄啊师兄》也基于道家特色和龙虎山文旅结合，都实现了‘1+1>2’的效果。”玄机科技高级合伙人茅中元表示。

在越来越多这样的“双向奔赴”里，县城与小众文化也将走出“一时热闹”，走向“细水长流”。

（来源：潮新闻）



慈溪漫展的coser