

造谷种谷吃谷“一条龙”，文化出新出圈出海

——解锁上海“最年轻”商圈的情绪流量

五条马路汇合在一起，每个“角”都有一个风格迥异的消费综合体，上海最老牌的城市副中心——五角场，正迎来最年轻的文化体验。

“造谷、种谷、吃谷”一条龙生态，让五角场成为城市消费新的增长极。当城市成为情绪空间，文化消费大变“YOUNG”，助力首创的消费业态出新、出圈、出海。



大创智创新发展示范区附近已集聚不少“谷子”相关产业

供给新情绪空间 让消费者共鸣、共情、共振

踏入百联ZX造趣场的那一刻，“00后”消费者陈小姐一下就有了“沉浸式”的感觉。她是日本导演新海诚的粉丝，直奔全球首家新海诚主题咖啡店而来；喝上一杯“星落之地”，还能赠送一张独有的场面写透卡，和其他粉丝一起看着电影《你的名字》。“很容易在这里找到自己的同好。”陈小姐说。

在咖啡店买谷子、看电影？这样的消费业态对于GuGuGuGu的创始人蔡公明而言，亦是大胆的尝试。作为GuGuGuGu的创始人，蔡公明此前做的是电影宣传发行，与商场、开店几乎没有交集。随着“谷子经济”爆火，他不仅以上海为起点，在全国开出数十家门店，更把咖啡店做成了新海诚与中国粉丝见面、交流甚至是沙龙活动的场域，形成一个IP业态整合的阵地。

“新海诚最初拒绝了，作为一位日本动画导演，他认为全球首店的第一站应该在本土市场。但我们拿出有力的证明让他相信，我们有着世界上最潮流的消费场景。最终他不仅同意了，还欣然为全球首店录制专属视频。”蔡公明说。

去年底重新亮相的百联ZX造趣场，已经成为五角场商圈激发青春消费力的标杆。签约60多个品牌商户，首店比例80%，是年轻人的“吃谷圣地”。

项目副总经理胡婷记得，为了能抢到限量的IP，发售当日，一排又一排的二次元爱好者从商场二楼的“萌购”排队，绕到一楼，最终队伍一直延续到街面上。购买完成后，“同好”们就近在谷子店门口的圆盘上坐下，互相交换自己更心仪的产品。

引什么IP、卖什么谷子，并不简单。从初代虚拟偶像初音未来，到火爆游戏《明日方舟》的限定亚克力牌；从一上线就卖空的哪吒卡片盲盒，到在哪块屏幕上播放哪个“名场面”，胡婷和团队致力于让每家的粉丝都能有共鸣，可以“吃得很好”。

“随着谷子店成为标配后，大家更会比较哪里更真诚、更合心。这是在线上无法做到的场景，大家因为热爱相聚在城市消费空间，才会愿意沉浸其中、为情绪买单。”胡婷说。

五个“角”都在积极拥抱新经济，一个“全球二次元之都核心区”重塑城市消费空间。万达广场C栋将整体焕新为二次元业态，合生汇将专注于举办二次元潮流潮品及文化艺术展演等快闪活动为商圈引流，百联又一城将围绕青年消费群体打造泛二次元业态，苏宁依托自身电器业态优势提供游戏体验区，大学路引入多家“谷子店”、打造“痛街”等……“我们拿出五角场商圈5万平方米的商业空间，来聚焦情绪消费。”五角场街道党工委书记秦恒说。



新海诚主题咖啡店的菜单将电影融入其中



年轻人在谷子店门口交流

布局2平方公里 造谷、种谷、吃谷“一条龙”

行走在五角场和创智天地之间，更能直观感受“商-产-城”的联动发展。

哔哩哔哩、叠纸游戏等不断产出新的IP，用原创精神“造谷”；就近能和周边的远望谷信息共同研发新谷子；完成后步行几百米，可以在百联ZX造趣场打造快闪、首发等活动。

在2平方公里范围内，造谷、种谷、吃谷已经形成一条龙闭环。“造趣场选址在五角场商圈，也是因为这里毗邻B站、叠纸等公司总部，有良好的消费客群基础、文化氛围和产业基础，且正以二次元文化作为区域经济发展的新引擎。”胡婷说。

和造趣场类似的是，远望谷信息也将自己的谷子总部设在了杨浦。这家民营企业是谷子领域的“爆款智造机”：和上海迪士尼度假区打造“梦想护照”，上市第一年就冲上度假区十大畅销商品。

至2024年底，远望谷已与东方明珠、峨眉山、宽窄巷子、上海自然博物馆、三星堆博物馆等全国600余家景区建立深度合作，为全国游乐园提供AIoT+体验服务，合作网络覆盖率近100%，触达旅游用户超10亿人次。

“当中国制造开始解码文明基因，每一粒‘谷子’都能长成文化自信的参天大树。”远望谷董事长徐超洋说。

数字经济企业超8000家，同比增幅近20%，税收贡献占比超40%；软件和信息服务业全年营收占全市近五分之一……形成“谷子”兴旺地，和

杨浦区数字经济蓬勃发展的产业基础密不可分。远望谷上海的办公室位于杨浦创智天地园区，是上海的“文创+科创”双选阵地，一个充满活力的创新生态系统，使得企业间自成“上下游”，通过资源共享、技术协同、跨界合作等，提高技术转化效率。

在这里，18万名大学生既是二次元产业的消费者，也是内容生产者；哔哩哔哩是国内二次元文化爱好者最大的聚集地，月均活跃用户达3.4亿；叠纸孵化出暖暖系列等知名IP，全球累计注册用户数近4亿；完美世界旗下游戏已出口至世界100多个国家和地区……

杨浦区商务委主任周灵说，杨浦要在五角场打造全球二次元之都核心区，主要是为整个商圈引流，用线上IP赋能线下整体销售；同时，也为二次元内容生产企业提供线下展示平台和场景，以线下空间反哺数字产业。“我们希望能形成二次元产业与线下产业的融合。”

不止是“29.9元的快乐” 让新消费业态出新、出圈、出海

谷子热背后，是传统文化熠熠生辉。

在造趣场的哔哩哔哩谷子店，动画片《中国奇谭》的谷子曾是“销冠”之一。这一由哔哩哔哩共同出品的动画片，从神话仙侠到科幻未来，中国风格的“奇谭”对传统进行了全新的演绎，充分展现了“谭”的叙事主题，更形成了现象级的口碑。不久前，《中国奇谭2》的预告片，又引发了新一轮讨论热潮。

B站一直持续投入原创动画内容，不断制作、出品原创动画。2017年B站开设“国创”专区，2018年至2024年，B站累计播出国创作品642部，其中出品原创动画达78部。“传承传统文化最重要的是年轻人，只有年轻人喜欢，传统文化才能发扬下去。”哔哩哔哩董事长陈睿说。

不止于29.9元的快乐。“小谷子”，是城市不遗余力为年轻人打造的情绪空间，为传统文化的爆款IP提供线下载体，为更多的中国故事、中国创新出境出海创造新场景。

2024年12月底，在位于中国香港的一家国际乐园内，游客们发现了好几处新大陆——不同主题的纪念章自助机可以吐出各种主题的纪念币，吸引游客纷纷加入“集章大队”。这些由远望谷打造的设备，迅速成为乐园内的人气打卡点，更悄然掀开中国文创出海的新篇章。

百年新秀带，活力桥头堡。最新的“一江一河”规划中，对滨江杨浦段发展提出新的使命，其中Z世代年轻精神堡垒也是使命之一。杨浦区委书记薛侃说，杨浦将继续培育壮大新型文化业态，充分发挥区域数字经济发达、龙头企业集聚优势，抓住打造“全球二次元之都”核心功能区等有利契机，以数字赋能文化产业加速催生新场景、裂变新赛道。

据新华网