



61173737 青春服务热线

从徽章、亚克力立牌到限量版手办，消费者通过预售、代购、拼团等方式，将对IP的情感转化为真金白银的消费。然而，当“谷子”将动漫角色从虚拟世界走向现实交易，商家失联、快递损毁、维权无门……为情绪价值消费的结果却适得其反，让许多“吃谷人”不禁发出灵魂拷问：“吃谷，到底让我们遭遇了多少？”

青年报记者 郭佳杰 实习生 孙思毓

数据显示，2024年中国泛二次元周边市场规模达1689亿元，同比增长40.63%；预计2025年将突破6521亿元，2029年有望达8344亿元。

二次元消费热潮下的“隐形雷区”

当“谷子经济”遭遇售后之痛

商家

消失的客服 与自证的消费者

在“谷子”经济的浪潮中，商家无疑是核心一环。然而，随着市场的快速扩张，部分商家的服务质量却未能跟上步伐。消费者小南的经历便是一例。今年2月，在某知名谷店补尾款时，她将一款转单商品的地址填写为收物者所在地址，其余商品仍使用自己的住址。然而，商家却将所有包裹误寄至收物者所在地址。

她发现后，联系商家召回快递，重新发货。第二天却发现自己的收货地址全部被改为收物者的地址。等了近半年的周边下落不明，二手市场上的价格也是水涨船高，小南焦急地联系客服，整整一天只收到机器人的自动回复。

她所联系的电商平台客服则表示，商家方未及时回复，他们只能进行催促，而修改地址转寄快递这种具体操作仍需商家操作。“本来转单就是图方便，可以直接填地址，不用再自己打包了。”小南表示，那段时间不仅要联系商家，还要向收物者解释为什么快递召回，何时能重新发货，让她不免心累，“只是简单按地址发货的事情，结果闹成这样”，虽然最终有惊无险，成功拿到了周边，但她已经失去了那种开箱的期待感。

类似的案例还有大学生小一。今年2月27日，她收到来自“叠纸心意旗舰店”的周边快递时，发现内外包装上带有大块血渍，便让代收快递的母亲录下了完整的开箱视频。收到这样一份包裹，小一无疑又害怕又生气，她希望商家那里能给出一个让她安心的解释并道歉。当日她便联系客服，但未收到回复。第二天，终于等到回复后，她按照要求向客服提供了开箱视频，但由于商品完好并未引起重视。

多次反馈，消息都如石沉大海，收到最多的回复是“您先留言您的订单号以及具体问题，客服后续为您查看”。

其间她三次向平台投诉，但得到的结果都是“商家未回复官方客服消息”，她一度感觉“没心情也没精力了”。“虽然在努力争取对方道歉，但结果并不看



小苏收到的“战损”快递。 青年报记者 郭佳杰 实习生 孙思毓 摄

好”。好在功夫不负有心人，将近一周后，她收获了商家的道歉和仓库打包的视频以及补发赔偿，视频证明血渍并非出自仓库，而是物流过程中沾染的。

这些案例背后反映出的是商家在售后服务中的种种乱象。一方面，客服不及时回复消费者，导致消费者的问题无法得到及时解决；另一方面，“无开箱不售后”逐渐成为行业潜规则，消费者反而成了需要自证的一方。

然而，录屏并非消费者的义务，这种不合理的规定，无疑让消费者在售后过程中处于弱势地位。对此，上海显闻律师事务所实习律师王逸扬表示，“无开箱不收货”的做法属于商家不合理地减少消费者权益，违反了法律相关规定，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十六条“经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定，不得利用格式条款并借助技术手段强制交易”。“无开箱不收货”属于以声明方式不合理地限制了消费者的权利，违反了《中华人民共和国消费者权

益保护法》相关规定，属于违法行为，需要承担相应的法律责任。不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。

快递

“薛定谔的赔偿” 与难以界定的价值

“我懂啊！你们二次元的东西就是很贵啊！”“你怎么可以怠慢二次元的快递啊！”

前不久，一则快递员为周边包裹尖叫的帖子为许多网友带来欢乐。起因是博主小杨的周边包裹丢失，得知内容物价值5000元时，快递点老板发出惊叫，“你怎么可以怠慢二次元的快递啊！”

翻遍仓库后，最终在角落找到小杨的快递箱。小杨无疑是幸运的，这场戏剧性寻件圆满结束，但在小红书搜索“周边丢失”，价格高昂的周边在运输过程中遗失，赔付遇到难题的帖子不在少数。

阿慎等人找代购拼团所购入场贩周边，价值近20000元，在运输过程中却因快递员暂放路

边而遗失，但在索赔过程中，因为多数证据为与代购的聊天记录和转账记录，快递方并不认可这种证据，表示只愿意赔付小票上的金额。然而小票金额为日元金额，代购购买时和快递遗失时的日元汇率已有变化，这种赔付方式让买家们难以接受。他们最终选择了走法院诉讼，但最终也仅获赔了一半，即10000元。

对此记者致电了几位快递员与站点管理者，他们表示一般不会关注包裹内容物是什么，包裹出现问题，只要买家能提供购买记录，他们就会走赔付流程。但对于这种涉及门票、国际运费等附加价值的包裹赔偿，他们也表示难以为证，以小票为准才是惯例。一位快递网点负责人坦言，“这种价值高昂的快递，建议买家自行保价”。

此外，快递的打包问题也成为影响“谷子”安全的重要因素。博主阿哲是一个800人周边拼团群的团长，在她开团的经历中，从未遇到过货损的情况，这得益于她层层保障的包装手法。从泡沫纸到飞机箱，再到最外层的防水袋，她的打包过程极为细致，只为确保包裹在运输过程中不受损坏。然而，并非所有卖家都能做到如此细致。大学生小苏在收到快递时，发现纸箱破损到只剩下半边，徽章上出现了凹痕。尽管她有完整的开箱视频和购买记录，但快递方仍以损坏不明显，“要有对照，原本是什么样子的”为由拒绝赔偿。最终，小苏凭借卖家发货前的状态视频，才艰难索赔成功。尽管如此，各种视频照片的举证也让她心力交瘁，“以后雨季再也不敢买周边，举证的时间成本太高了。”她表示。

这些案例表明，快递公司在“谷子”运输中的责任认定和赔付标准亟待完善。消费者在购买“谷子”时，不仅要面对高昂的价格，还要承担快递环节带来的风险，这种不对等的局面，无疑让消费者在“为爱发电”的过程中倍感心寒。

声音

“谷子”交易需要 相匹配的权益保护规则

上海显闻律师事务所实习

律师王逸扬表示，消费者在购买“谷子”的过程中遇到维权问题时，首先最好找购物平台进行处理，当购物平台消极不处理问题时，可以拨打相关的投诉电话，如消费者投诉电话12315和质量监督投诉电话12365等，让行政机关介入进行处理。

若要向法院提起诉讼，留存证据是最重要的，保留好一切有利的证据，如购物凭证（发票、收据）、产品说明书、合格证、保修卡、与商家的沟通记录（聊天截图、通话录音）、消费者协会的投诉记录等。此外，如果向法院提起诉讼，需要有商家的个人信息，可以联系购物平台的客服要求进行提供。

市消保委副秘书长唐健盛表示，情绪价值是年轻消费者重构消费决策的核心维度，“谷子经济”便是这种消费模式的代表之一。“谷子”这类商品的情感价值是消费者价值判断的核心，功能属性逐渐让位于具有社交属性的情感赋能价值。原来消费者群体保护的一些规则其实更关注于商品的功能属性，其交易保护规则并不能完全适用于“谷子”交易，比如某些商品在质量上可能完全符合标准，但形态上存在瑕疵，这依然会破坏商品带给消费者的情绪价值。

他建议，“谷子”交易需要有与之相匹配的交易规则和消费者权益保护的相关规则。“谷子经济”中消费者决策逻辑的转变也导致消费群体对产品形态的关注加强，对产品的品质判断、产品的退换货规则、产品包装和运输等都会与传统功能性产品有所差别。

面对“谷子经济”在发展中遇到的消费者权益问题，行业 and 消费者都需要积极行动起来，寻找解决问题的方法，摸索出更完善的售后服务机制。如商家作为“谷子”消费的核心环节，应当承担起应有的责任。在货量增长的情况下，商家也应该增加客服人手，确保消费者的问题能够得到及时回复，并完善售后规则，对“无开箱不售后”等不合理规定进行改良，尊重消费者的权益。此外，商家还应加强对物流环节的把控，与快递公司建立更紧密的合作关系，确保商品能够安全、准确地送达消费者手中。