

从“为爱买单”到“回血转卖” 他们在谷圈反复横跳

在闲鱼上，一款上海限定 Chiikawa 乌萨奇玩偶上架不到五分钟即被拍下，卖家随即用这笔钱投入下一场“拼团”。在Z世代聚集的二手平台上，这样“出谷回血”的交易高频发生。年轻人既愿为爱好消费，也精于循环利用，构成二次元消费的理性回环。

青年报记者 陈嘉音

热潮 / 为爱消费的循环逻辑

对许多年轻人来说，买“谷子”不仅是一种情感投射，也是一种循环式消费行为。“我自己抽不到喜欢的角色，很多都是在千岛、闲鱼上收的。抽到重复的，就挂上闲鱼‘回血’。”在上海环球港的卡游活动现场，一名初中生向记者展示了她两年来收藏的卡牌和吧唧。

25岁的叮叮(化名)也曾闲在闲鱼上转卖一款上海限定的大闸蟹乌萨奇玩偶。“当时是为了凑齐整套才买的，后来转手不仅收回成本，还小赚一点，用来买新出的限定款。”

凡是拼团抽到的“冷门”角色，或是重复的款式，大学生小千(化名)都会为它们仔细拍照、认真写好介绍，一一挂上闲鱼，试图“回血”。“有没有原装包装也影响价格，所以我拆开

后都会好好保存。”她坦言这已成为自己平衡兴趣与开支的常见方式。“热门的角色基本一上架就被‘秒’，私信挤满来问价的人，”她说，“但那些冷门的，挂个大半年也无人问津，价格一降再降，有点无奈。”

记者调查发现，闲鱼、千岛等平台以及微信、QQ社群构成了二次元“谷子”交易的主要阵地。记者采访的10名“吃谷人”中，全部使用过闲鱼或千岛进行二手交易。动机主要有两种：一是“为爱买单”——收集自己喜爱的角色；二是“回血转卖”——通过出售冷门或重复谷子补贴下一次消费。这一套循环看似“冲动”，实则反映出年轻人在兴趣消费中的自我调节能力——既追求精神满足，又通过理性“回血”实现经济平衡。

玩法 / 从交易到社交的延展

“谷子经济”不只是买卖，更是一种社交文化。在2025千岛QDF潮玩展上，千岛CEO沈振宇向记者介绍了千岛的核心玩法：用户不仅可以在社区内分享心仪商品、进行二手交易，还能展开深度讨论。沈振宇指出，用户在消费的同时，也共同构建出一个日益活跃的线上社区。希望让用户在“买卖之外”找到社交归属——从个体消费到集体共创，这也是Z世代区别于传统收藏圈的重要特征。

记者还发现，二手平台上流行起一种“贵妇包装”的风潮。所谓“贵妇包装”即在出售小卡或者其他周边时，使用很多拼贴材料来使包装更加精致美观，并且附赠很多小礼物，例如便签、自印卡等，使收物者在包装和拆包装时感受到仪式感。

这种包装潮流的核心驱动

力已从单纯的“回本”转向情感价值的创造。24岁的阿柒是这一文化的积极实践者，她表示，“我很喜欢打包的过程，这让我感觉很疗愈。”如今在“谷圈”中，精美的包装已成为一种隐形的社交语言，背后反映的是“谷圈”内部的文化认同。不少交易不再局限于商品本身，而是延伸为同好之间的情感交流。精心包装的包裹往往更容易收到拍照反馈，甚至因此与卖家成为长期互关的“同好”。这种通过二次包装创造的仪式感与情感联结，正逐渐超越交易功能，成为年轻人自我表达与获得归属感的重要方式。

可以说，“谷子经济”的繁荣不仅依赖商品本身，更取决于这种“由内容衍生出的社交网络”，它让兴趣从“个人爱好”变成了一种“集体生活方式”。

市场 / 热门与冷门的分化

“什么谷子更有市场？”这是每个卖家最关心的问题。受访者普遍认为，高人气IP仍是二手市场的主导力量。《排球少年》《全职高手》等作品的限定款吧唧、立牌、卡片几乎一上架就售罄。与此同时，国产游戏谷快速崛起，《恋与深空》《第五人格》等IP正在超越传统“日谷”，成为新顶流。

2025年春节档电影《哪吒之魔童闹海》现象级破圈后，更带动了国风谷子的全面热销。数据显示，今年第一季度国风

谷子销量同比暴增167%，其中哪吒IP的增长率高达2346%。

国产IP在剧情叙事与视觉风格上更贴近当下青年审美，角色设计富有东方想象力，令消费者产生文化认同。同时，厂商在发行策略上更注重“限量”“联名”等稀缺机制，进一步刺激了收藏与转售市场的活跃度。

“谷子经济”的热潮，正在成为年轻人消费文化的风向标——它融合了收藏、社交、审美与身份认同，也成为当代青年构筑情感归属的新场域。



线下周边店里，年轻人正在选购。

青年报记者 陈嘉音 摄

隐忧 / 交易风险层出不穷

热度之下，风险也在滋长。“谷子”交易方式的多样性本身就伴随着相应的风险。小千向记者介绍，二手平台上常见的有“拼团”“set出”(整套出售)“捆出”(热门商品搭配冷门商品一起销售)和拍卖等各种交易方式。

小千曾担任“团长”，发起拼团、统计名单、垫付费用，却遇到过团员“跑单”导致亏损百元。她感叹：“整个过程要靠个人信用担保，稍有闪失就要自己兜底。”

虽然闲鱼推出“发拼团”功能，通过实名认证、系统排单来防风险，但问题仍多出现在平台外。大量交易转向微信、QQ等私域渠道，缺乏监管，代购欺诈、货不对板、“团长跑路”等事

件屡见不鲜。团员往往钱货两空，且因单人金额有限而维权困难。

品质问题也是投诉焦点。盲盒爱好者拉菲在千岛平台购买的手办到货即断裂，首次投诉时，客服以“官方直发无需查验”为由仅愿赔偿100元。二次介入后承诺3~5天回复，第六天仍无结果，申请退货也遭拒绝。“我随后已向12315、消费保等多平台投诉举报。”拉菲表示。黑猫投诉平台上，关于千岛App的投诉量超过千条，其中“售后难”“瑕疵品”居多。

此外，价格波动让“回血”难以预期。闲鱼用户小五说：“有时心急高价买入，后来价格跌了，反而亏了。”而未成年人更易陷入消费陷阱。闲鱼卖家

刘明透露，不少孩子用家长账号下单，因年龄较小、金钱观念不足，往往进行大额消费。事后家长要求退款，甚至声称商品被销毁的情况时有发生。

黄浦区市场监管部门的统计数据显示，2024年涉及二次元领域的消费者投诉中，企业不按约定时间发货、无故拖延或无理由拒绝履行三包义务、售后服务不到位这三类问题占投诉总量一半以上，反映出行业在规范化发展方面仍面临挑战。

这些交易风险的存在，不仅影响个体消费者的体验，也在一定程度上制约着“谷子”二手市场的健康发展。如何在活跃交易的同时有效管控风险，成为平台、监管部门和消费者共同面临的课题。

[专家] 从“野蛮生长”走向共治

在“回血转卖”市场蓬勃发展的同时，如何保障交易双方的合法权益成为亟待解决的问题。监管政策、平台机制与消费者自我保护需形成合力，共同构建健康的交易生态。

监管层面正在积极回应这一新兴市场的需求。2025年初，上海黄浦区市场监管局正式发布《黄浦区二次元衍生商品和服务经营合规指引》，这是上海市首个二次元衍生商品和服务经营合规指引，为规范市场提供了政策依据。指引在消费纠纷处理上，指出经营者应当建立便捷、高效的投诉处理机制，向消费者公开投诉方式、处理流程等信息，及时解决消费争议。鼓励经营者建立健全先行赔付、在线纠纷解决等机制，提高争议解决效率。



阿柒打包的“谷子”。受访者供图

4月22日，上海市消费者权益保护委员会发布《从悦己到社交，二次元消费从小众爱好发展为消费新趋势调查报告》。报告指出，“不法商家囤

积居奇和哄抬价格”是二次元领域消费者最为关注的痛点问题，占比46.59%。有18.69%的消费者建议在二次元消费者权益保护方面更好地发挥消保委与头部企业的积极作用。

上海市消费者权益保护委员会副秘书长唐健盛告诉记者，“平台过去卖凳子和现在卖盲盒，所适用的规则理应不同。”唐健盛强调，当前平台规则的匹配度还不够高，应建立更符合这类产品特性的交易与保障机制，这对保障“回血转卖”双方的权益尤为重要。

随着“谷子经济”的持续发展，程度也将不断提升。只有经营者、平台方、监管部门和消费者共同努力，才能实现市场的良性发展，让“为爱买单”的消费热情与“回血循环”的交易需求得到更好平衡。