

电子商务背景下“谷子经济”的发展研究

王滢

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年7月6日; 录用日期: 2025年7月21日; 发布日期: 2025年8月26日

摘要

随着电子商务与二次元文化的深度融合, 以动漫、游戏周边产品为核心的“谷子经济”在交易模式、产业链结构和消费场景等方面发生显著变革。本文基于电商平台运营实践与市场数据, 系统分析谷子经济在电商环境下的发展特征, 包括交易场景的平台化迁移、产业链的电商化重构以及消费行为的数字化演变。研究同时指出当前谷子经济电商化发展面临的供应链标准化、版权合规性、市场秩序等现实挑战, 并从技术赋能供应链升级、加强对相关平台的监管、构建平台生态协同机制、优化消费价值体系四个维度, 提出推动谷子经济可持续发展的具体路径, 为二次元衍生品电商的生态构建提供理论参考与实践指导。

关键词

谷子经济, 电子商务, 产业链重构, 消费行为, 生态构建

Research on the Development of “Goods Economy” in the Context of E-Commerce

Ying Wang

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 6th, 2025; accepted: Jul. 21st, 2025; published: Aug. 26th, 2025

Abstract

With the deep integration of e-commerce and anime culture, the “Goods economy” with animation and game peripheral products as its core has undergone significant changes in transaction mode, industrial chain structure and consumption scenarios. This article is based on the operation practice of e-commerce platforms and market data, systematically analyzing the development characteristics of the “Goods economy” in the e-commerce environment, including the platform migration of transaction scenarios, the e-commerce reconstruction of the industrial chain, and the digital

evolution of consumer behavior. At the same time, the study pointed out the current supply chain standardization, copyright compliance, market order and other practical challenges faced by the development of "Goods economy", and proposed specific paths to promote the sustainable development of "Goods economy" from four dimensions of technology enabling supply chain upgrading, strengthening supervision of relevant platforms, building platform ecological coordination mechanism, and optimizing the consumption value system, providing theoretical reference and practical guidance for the ecological construction of anime derivatives e-commerce.

Keywords

Goods Economy, E-Commerce, Industrial Chain Reconstruction, Consumer Behavior, Ecosystem Construction

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来随着游戏、动漫产业的蓬勃发展，围绕其画面、人物、剧情等衍生出的周边产品也愈发丰富。而电子商务的发展不仅改变了谷子经济的交易模式，更通过技术赋能与生态重构，推动其从传统零售向数字化、智能化方向转型。在此背景下，这股以“谷子经济”为代表的消费浪潮在二次元领域迅速兴起。不仅为二次元文化的传播和发展注入了新的活力，也为关联产业开辟了广阔的发展前景，但同时也带来了新的挑战。在产业快速发展过程中，供应链效率、版权合规、市场秩序等问题逐渐凸显，亟需从电商运营视角探索可持续发展路径。

2. 什么是“谷子经济”

“谷子经济”是指围绕二次元形象的周边商品的消费文化和经济形态。它以年轻人为主，主要围绕动漫、游戏等版权作品的周边商品展开。这些周边商品种类繁多，形态各异，包括徽章、透卡、镭射票、手办、流沙麻将、钥匙扣、立牌等。而消费者选择为这些衍生产品买单，追求的不仅是物质层面的满足，更重要的是精神层面的愉悦和认同。因此，品牌需要通过产品背后的故事和文化内涵来触动消费者的情感，与其建立情感连接，从而增强消费者忠诚度[1]。所以，它们不仅具有实用性和美观性，还承载着年轻人对二次元文化的热爱和追求，具有独特的收藏价值和情感寄托。“谷子经济”兴起的背后，是动漫、游戏以及影视制作公司凭借巧妙构思的剧情、精致画面以及极具个性的角色塑造，为周边产品的开发提供了有力支撑。而动漫、游戏等相关的授权模式包括独家授权、非独家授权等，授权费用的确定与其知名度、市场潜力等要素密切相关。优质的IP因其稀缺性与高商业价值，使得上游环节成为整个产业链价值最为集中的部分。

周边产品的设计是吸引消费者的重要因素。设计师们需要根据对象的特点和粉丝的需求，设计出既符合其形象又具有实用性和美观性的产品。在生产环节，需要保证产品的质量和工艺，以满足消费者的期望。例如，一些高端手办的生产需要采用精细的模具和高质量的材料，以确保产品的逼真度和耐用性。

而销售渠道构成整个产业链的价值实现终端。线下渠道包括专卖店、主题快闪店等；线上渠道则主要有电商平台、直播带货等形式[2]。值得注意的是，二手交易平台在“谷子经济”中扮演着特殊而重要的角色。闲鱼等平台由于二次元用户集中，已成为限量版“谷子”流通的主要场所，甚至催生了专业“炒

谷”群体。同时以开团形式对热门形象进行二次创作并由此实现盈利的行为日益增多，这一模式受到二次元群体及部分卖家的追捧。

3. 电子商务背景下谷子经济的发展特征

3.1. 交易场景的平台化迁移与市场扩张

电商平台通过直播带货、定制预售、盲盒抽奖等创新模式，重构了谷子消费的用户触达路径。某热门IP的手办在淘宝直播间首发3分钟售完10万件，创下二次元电商单品销售纪录；闲鱼平台通过“二次元鱼塘”社群运营，将二手谷子交易转化率提升至普通商品的2.3倍。《2025年闲鱼谷子趋势报告》进一步显示，超30%的限量谷子通过“晒单-求购-转卖”流程完成三次及以上流通，形成“新品消费-二手流通-收藏增值”的良性循环。¹

3.2. 产业链的电商化重构

产业链的电商化重构呈现出显著的层级化的特征。在上游环节，“谷子”版权持有方依托电商平台构建了“独家授权+分销合作”的双轨授权体系。以迪士尼、哔哩哔哩等头部运营商为例，其通过与淘宝平台合作设立官方旗舰店，同时借助1688平台向中小经销商开放非独家授权。在中游制造环节，电商大数据驱动了生产模式的智能化转型。以拼多多“新国货计划”为例，该计划通过将广东地区手办制造企业接入实时消费数据系统，使传统生产周期得以压缩；典型案例显示，“咒术回战”IP角色徽章通过预售数据分析实现产能动态调节，库存周转效率提升至传统模式的5倍，有效突破了传统制造业的规模经济瓶颈。²在下游销售端，形成了“内容传播-电商转化”的协同生态。具体表现为，小红书平台博主通过开箱视频内容引导用户完成购买转化，通过博主的晒单，吸引更多消费者主动下单。据淘宝618数据统计，淘宝天猫约有2000个“谷子”IP上新了超过20万款周边。仅“游戏谷”就产生了超10个千万级单品，包含吧唧、毛绒娃娃、色纸、立牌、镭射票等多种不同类型的衍生周边形态。最高单条链接产生近7000万成交。³这种全链路的数字化重构，体现了平台经济对传统二次元文创产业链的深度改造。

3.3. 消费行为的数字化演变

谷子经济中消费行为的数字化演变深刻反映了互联网时代消费文化的转型，呈现出从实体到虚拟、从单向到交互、从个体到社群的动态发展过程。早期谷子消费主要依托线下漫展和实体店，消费者通过地理聚集完成交易，而随着电商平台的崛起，淘宝、亚马逊等逐渐成为主要交易场所，消费行为突破时空限制，数字化主要体现在支付方式和物流系统的升级，但用户决策仍依赖传统口碑传播。进入2016年后，社交媒体和二手交易平台的兴起重构了消费链路，大数据算法实现个性化推荐，用户画像技术推动“同人谷”“官谷”等细分市场的精准投放，消费行为开始呈现数据化特征，浏览时长、加购频率等行为数据反哺生产端，催生了“限量预售”“通贩机制”等新型销售模式。近年来，VR、AR和区块链技术的应用进一步推动消费行为向沉浸式体验转变，由数字化而引发的一系列文化消费现象已经成为一个全球化的消费热点，“亦真亦幻”的动漫角色及其谷子周边产品已经融入社会活动、经济活动、政治活动、公益活动乃至我们的日常生活之中^[3]。如虚拟谷子收藏和数字周边成为新消费标的，消费行为不再局限于物质层面。如今，谷子消费已成为数字原住民的社交货币，其数字化本质是情感消费的量化过程，消费主义与情感的不断交织，使情感成为资本主义侵入用户的介质^[4]。未来，消费行为或将进一步脱离实

¹来源于：淘宝发布的《2025年闲鱼谷子趋势报告》。

²来源于：维科网 | 谷子交易单量同比增长170%，闲鱼加速掘金二次元经济。

³来源于：新华财经 | “天猫618”，“谷子”消费再创新高，海外订单同比三位数增长。

体载体，演变为基于智能合约的数字资产流通，这不仅体现了技术对消费文化的重塑，也预示着非物质化消费时代的全面到来。

4. 电子商务背景下谷子经济的发展面临的现实挑战

4.1. 供应链标准化与产能瓶颈

“谷子”产品的制造面临显著的规模经济困境与供应链标准化挑战。在典型生产情境下，独立创作者设计的徽章类产品当生产规模达到 5000 枚时，单位成本可控制在 8 元，而产量降至 1000 枚时单位成本将激增至 22 元，呈现明显的规模不经济特征。更为复杂的是，跨境“谷子”商品授权机制进一步加剧了产能瓶颈问题，以日本动漫手办生产为例，当单品销量突破 10 万件时，版权方依据阶梯式授权协议追加收取授权费用，直接导致代工企业利润率极速下降。这种双重约束既反映了“谷子”产品制造端的标准化缺失，也凸显出现行授权体系与生产规模之间的结构性矛盾。

4.2. 版权合规与平台治理矛盾

电商平台大量“同人谷子”处于版权灰色地带，因二次创作“独创性阈值”难界定，现行法律对“实质性相似”的判定缺乏细化标准，尤其在跨媒介侵权(如将动漫角色形象复制到徽章)场景下，法院对独创性表达的认定存在较大裁量空间^[5]。如某知名动漫角色著作权纠纷案件中，由于动漫角色设计草图作者于不同时间与不同主体签订了多份涉及草图著作权归属的协议或者说明，引发耗时近 8 年的数次诉讼，对该动漫商业开发造成了不利影响。⁴这类侵权行为往往涉及侵犯原作的改编权，且在判断是否构成实质性相似时存在法律争议。而部分商家通过“一店多开”规避平台监管，跨店铺数据关联能力不足制约治理效率。这种矛盾本质上是数字时代创作生态多元化与知识产权保护刚性之间的制度张力，亟需构建兼顾创作自由与权利保障的适应性治理框架。此外，现有的赔偿标准远低于正版谷子产品的研发与授权成本，往往难以弥补权利人的实际损失，使得侵权人即使被认定侵权，也无需承担过高的经济代价。这种“低风险高收益”的侵权收益模式，直接削弱了法律威慑力。

4.3. 用户体验与市场秩序失衡

用户体验与市场秩序失衡现象在谷子经济领域呈现显著的双重困境。消费者调查数据显示，82%的衍生品商品标题存在不同程度的夸大宣传问题，其中实际商品与描述不符率高达 19%，反映出平台商品信息质量管理机制的失效。更为严重的是，价格扭曲现象直接冲击正版市场秩序，某平台正版手办 599 元的定价为参照，其他平台同类盗版产品售价仅为 129 元，这种价格差异导致半数以上的学生消费者基于经济考量选择非正版商品。这种市场失序已产生实质性产业损害，某国产谷子因盗版衍生品市场份额占比超过 40%，最终被迫终止整个衍生品开发项目，造成直接经济损失逾 800 万元。这种用户认知偏差与市场机制失灵并存的局面，不仅损害消费者权益，更对内容产业的可持续发展构成系统性威胁。

5. 电子商务背景下谷子经济的可持续发展路径

5.1. 技术赋能供应链升级

建立行业标准数据库，规范“谷子”授权范围与销量阶梯式收费标准，同时建立涵盖手办材质、工艺精度等核心指标的生产标准体系；在柔性化改造方面，推广智能排产系统的应用，通过部署基于深度学习的动态排产算法，使小批量(1000 件以下)订单的单位生产成本下降，订单交付周期由行业平均的 21

⁴最高人民法院(2022)最高法民再 44 号。

天压缩至 10 天，设备利用率提升。这种技术赋能的供应链升级模式，有利于解决衍生品行业长期存在的规模不经济与生产弹性不足的双重困境。

5.2. 加强对相关平台的监管

构建权责对等的监管体系，通过制度创新压实平台主体责任。要求平台加强对入驻商家的资质审核和日常监管，建立健全侵权投诉处理机制和侵权责任追究机制，对侵权行为及时采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施，并对侵权商家进行相应的处罚，从源头上遏制盗版侵权行为的发生。值得注意的是，2025 年市场监管总局将出台《网络交易平台规则监管办法》，通过算法透明度审查、收费行为合规指引等创新工具，进一步优化平台自治与行政监管的协同效能，这种全链条治理模式既能弥补传统执法资源不足的短板，又能通过平台数据赋能实现侵权行为的源头防控。

5.3. 构建平台生态协同机制

推行商家“版权信用评级”，A 级商家享受流量倾斜，C 级商家全平台封杀；建立商家 - 平台 - 消费者三方共治机制，B 站会员购试点“版权雷达”系统后，违规商品下架时效从 72 小时缩短至 12 小时。其次，领域亟需通过制度创新构建更具威慑力的赔偿机制，其核心在于实现补偿性赔偿与惩罚性赔偿的协同优化。适当提高知识产权侵权的法定赔偿额度，增加侵权成本，使侵权者在经济上付出沉重代价，从而有效威慑潜在的侵权行为。同时，引入惩罚性赔偿制度，对于恶意侵权、重复侵权等情节严重的侵权行为，依法适用惩罚性赔偿，加大对侵权行为的惩处力度，维护权利人的合法权益[6]。

5.4. 优化消费生态与价值体系

为构建可持续发展的消费生态与价值体系，建议实施多维度的消费引导机制创新。首先，在商品详情页增设“产业价值可视化系统”，通过动态数据链展示单笔正版消费对内容创作者的分成比例(如每购买 100 元手办可为原画师带来 15~20 元直接收益)及产业链带动效应，展示正版消费对创作者的影响；其次，开展周期性“正版消费促进计划”，联合推出“买正版送限定数字藏品”，有效提升消费者的价值认同感；更为关键的是，开发“实体衍生品 + 虚拟偶像”的跨次元运营模式，如将限定款谷子与虚拟偶像直播互动权益绑定，使单一消费行为同时实现情感联结、社交展示与数字资产增值的三重价值叠加。这种系统化的消费生态重构，既强化了正版消费的价值传导链条，也推动了产业价值分配机制的优化升级。

6. 结语

作为二次元文化与电子商务深度融合的典型业态，“谷子经济”以动漫、游戏周边产品为核心，不仅成为年轻人情感表达与身份认同的重要载体，更通过数字技术重构了文化衍生品的产业链与消费生态，为内容产业的延伸发展注入了新动能。其发展呈现出鲜明的数字化特征，彰显了电商平台对用户触达与流通效率的显著提升；产业链电商化重构，打破了传统制造业的规模经济瓶颈；消费行为数字化演变，情感消费与数字资产的结合推动了消费生态的升级。然而，“谷子经济”的快速发展也面临着多重现实挑战。针对这些挑战，文章中提出的路径为“谷子经济”的可持续发展指明了方向。展望未来，随着 VR、AR、区块链等数字技术的进一步渗透，“谷子经济”的消费场景将更加沉浸式，产业链将更加智能化，生态系统将更加协同化。相信在技术创新、制度完善与市场主体的共同努力下，“谷子经济”不仅能实现自身的规范与可持续发展，还能为二次元衍生品在电商领域的生态构建提供更丰富的理论参考与实践经验，成为文化产业数字化转型的典范。其背后所承载的，是年轻人对二次元文化的热爱与追求，更是数字经济时代文化产业发展的新机遇与新挑战，唯有平衡“发展速度”与“规范程度”，才能让“谷子经济”真正成为二次元文化传播与产业升级的“桥梁”。

参考文献

- [1] 刘福峰. 谷子经济邂逅体验营销[J]. 企业管理, 2025(5): 34-37.
- [2] 戴俊骋. “谷子经济”的发展现状及趋势分析[J]. 人民论坛, 2025(10): 92-95.
- [3] 韩若冰. 数字化背景下角色经济转型升级与生态化发展[J]. 中国文化产业评论, 2020, 28(1): 331-342.
- [4] 周也馨. 技术嵌入与价值拓展: 虚拟数字生态中的媒介化消费[J]. 东南传播, 2025(2): 53-55.
- [5] 刘梦雨. 我国动漫卡通角色著作权保护研究[J]. 文化学刊, 2022(10): 151-154.
- [6] 聂早早, 李泽锋. 论著作权法定赔偿的参考因素[J]. 安庆师范大学学报(社会科学版), 2024, 43(5): 76-80+88.