

# 二次元“爆改”书店 谷子经营如何“破壁”?

## 用心经营 精准选品 打造二次元沉浸式场景体验

■陈伟萍(厦门市新华书店集美门店经理)

厦门市集美区的银泰百货是当地二次元爱好者的聚集地,商场内开设了多家谷子店,并时常举办二次元相关活动。借助这一文化氛围和优势,位于商场三层的厦门市新华书店集美门店2024年11月20日重装开业,此次重装升级,集美门店在设计初期就融入了大量动漫元素,在门店显著位置设立动漫图书专区、谷子专区以及打卡区域,同时谷子展陈兼顾美学、人物、故事背景以及互动体验,打造门店独有的二次元特色。

**精准把握IP热度,满足不同圈层需求。**集美门店经营的谷子类型主要分三大类,谷子相关产品占到店内产品的20%左右。国漫IP包括天官赐福、盗墓笔记、时光代理人、魔道祖师等;日漫有咒术回战、初音未来、柯南、蜡笔小新、孤独摇滚、间谍过家家等;此外书店与天闻角川合作,引进新福音战士、明日方舟、文豪野犬、迷宮饭、不存在的地域等热门图书、漫画、设定集等。可爱的小狗、猫七夜、地缚少年花子君等国内外热门动漫IP也在近期上架。

在IP的选择上,集美门店首先会对不同年龄段的消费群体进行分析,尽量做到全年龄段覆盖,其次是做到差异化选品。基于银泰百货一楼的二次元集合地,寻找与商场内谷子店的徽章、色纸等品类不同的谷子产品,从而在激烈的竞争市场占据一席之地。

书店一方面引进miniDoll、盗墓笔记与kinbor的联名款、上美影等特色产品;另一方面关注产品的价格层次,谷子的特点是低门槛、高复购,因此选品将产品价格区间锁定在10~50元,让这些产品成为书店的引流款。

目前店内最受欢迎的是天官赐福系列、柯南系列以及盗墓笔记系列。为进一步延伸谷子的热度,书店用专柜配合展示盗墓笔记系列图书和文创产品,结合春节主题和《天官赐福》中的角色打造“天官赐福,百无禁忌”主题场景,赋能图书销售主业。

此外书店也意识到在IP多元化的今天,谷子的范

(上接第5版)

**广州新华发行有限公司相关负责人:**广州新华发行有限公司旗下书店设有专门的谷子专区,谷子类产品销售占比该店文创总销售的20%。在谷子展陈一方面配合动漫展并在消费场景中引入二次元音乐随机舞蹈和宅舞挑战,激发IP故事体验沉浸感。另一方面重现场景物件、人物角色,增强消费者的互动体验,从而吸引更多的动漫爱好者,提升品牌忠诚度和线下活动的参与度。

书店在未来的谷子业务经营中,将聚焦以下两点。首先针对二次元爱好者,开展强关联性的主题活动,强化读者的文化认同感与消费黏性。例如广州购书中心5月动漫嘉年华每个周末定期举办“谷子市集”,重塑大众对书店活动的传统印象,吸引更多谷子爱好者关注。按IP分类陈列热门谷子,搭配原作漫画、轻小说形成“内容+衍生品”闭环。其次,利用书店与出版社的密切合作优势,邀请漫画作者在书店开展独家签售活动,同步进行漫画衍生周边销售,实现“看书一吃谷”的转化,并与IP版权方合作开发书店联名款周边、开展相关线上活动,如“三七互娱×广州新华发行”表情包大赛、联名文创开发等,突出独家性。

实体书店需以“文化服务者”角色切入,通过高频活动、独家内容,将“卖商品”升级为“经营圈层生态”。通过实体空间打造谷子IP沉浸式场景,弥补电商平台缺乏体验感的短板;同时,伴随实体书店服务业态的转型升级,实体书店的谷子销售可与图书、咖啡、文化活动结合,形成“IP消费+休闲社交”的一站式消费场景,提升客单价。

**杨俊(深圳书城龙岗城商品销售中心导购员):**深圳书城龙岗城谷子主题专区,产品占比约5%~10%,涵盖徽章、亚克力立牌、盲盒等轻量化周边品类。在场景化运营方面,门店聚焦热门IP打造沉浸式展陈空间,例如结合《如果历史是一群喵》《青春方程式》等IP主题设计动态陈列区,并融入互动打卡点,强化社交传播属性。通过场景氛围营造,有效吸引年轻客群驻足体验并自发分享,形成线上线下联动效应。围绕谷子消费场景,门店通过与热门IP联动,打造限时主题展,并重点在节假日推出满额赠礼、文创折扣等促销让利活动。活动期间专区客流量提升20%,连带销售额增长约10%。实体书店在场景融合、IP内容资源整合等方面具有相对优势,在未来的经营中,一方面可以依托书店的文化空间属性,打造“图书+谷子”跨界消费场景,实现家庭客群与年轻群体的双向引流。另一方面,凭借出版行业背景,联动图书IP开发定制化周边,形成内容生态闭环。此外,入局谷子赛道,书店也面临同质化竞争、版权合规管理、业态平衡等方面的挑战,需要结合实际的应用场景,针对性地解决不断出现的新问题。

围已经不仅仅局限于动漫IP,也可以是小说的主角,比如《人鱼陷落》《偷偷藏不住》《十日终焉》《夜幕之下》等,为门店带来了更多元化的IP选择。在我们看来,要让产品更加契合受众,就要做到精准把握IP热度以及生命周期。聚焦热门IP的同时兼顾小众的喜好,满足不同圈层的需求。

**提升门店互动体验,二次元运营更需用心。**在谷子产品的经营过程中,我们深深感受到要与二次元群体建立更多情感连接,必须要用心经营,了解他们所需要的文化认同、消费体验、社群生态,懂二次元更是做好谷子经济的必要门槛之一。因此,在营销中我们店员会认真倾听消费者的诉求,经常关注二次元的动态。例如某IP角色的生日当天,我们会在朋友圈、微信群或者小红书平台,发布生日祝福搭配相关谷子展示,促成销售。

在运营社交平台的过程中,我们发现微信朋友圈的成交率较高,小红书粉丝互动率较高,更容易吸引相关爱好群体。

## 突破专业服务壁垒 打造“看书-逛展-购谷”一站式体验

■张娟(吉林省新华文化图书城业务主管经理)

新华书店动漫书店是吉林省新华书店集团旗下首家动漫主题特色书店,位于长春市朝阳区万宝街30号,于4月23日盛大开业。动漫书店设置独立谷子专区,占整体营业面积的10%~20%,涵盖徽章、手办、卡牌等品类。书店场景营造采取传统货架陈列与IP主题剧场化展陈相结合的模式,打造“看书-逛展-购谷”的消费模式。

**精准定位、拓展合作,丰富二次元产品类型。**在谷子进货选择与IP引入上,动漫书店秉持着精准定位、多元引入、深度合作策略,致力于满足顾客需求。一是紧跟热门趋势。通过密切关注二次元社区、动漫排行榜以及行业资讯,及时捕捉热门IP动态。比如,当《哪吒》作品热度高涨时,我们第一时间引入相关谷子,成为店内的畅销品。二是挖掘小众潜力。除了热门IP,注重挖掘小众但有潜力的作品。一些小众动漫、独立游戏,它们虽然受众相对较少,但粉丝忠诚度极高。我们会通过参加动漫展会、与行业从业者交流等方式,发现这类小众IP,并小批量引入相关谷子,吸引小众爱好者,丰富产品矩阵,为顾客带来更多新鲜感与惊喜。三是拓展多元品类。在谷子品类上,除常见的徽章、挂件、立牌外,引入文具、冰箱贴、书签等与动漫IP结合的多元品类。

为配合谷子陈列与销售,书店开展了多种营销活动,如进店购书和周边文创产品享8折优惠(教材和特殊商品除外);进店消费满68元赠送书签的活动;进店充值满500元,享8折优惠,充值满5000元,享7.5折优惠的活动。

**构建“二次元+文化”生态,实现更多潜在客户转化。**实体书店入局谷子赛道的优势主要有四点。一是品牌与信誉优势。新华书店等实体书店通常具有较高的品牌知名度和良好的信誉,在消费者心中是正规、可靠的购物场所。可以为消费者提供正版产品保障,特别对于注重版权的二次元群体来说,这一点尤为重要。二是IP资源与合作优势。书店本身与众多文化产品的版权方、作者等有着密切的联系,在获取

## 延伸消费场景 实现与“吃谷”人的双向奔赴

■朱丽瑾(昆明新华书店连锁有限公司五华分公司副总经理)

谷子经济主要瞄准二次元文化圈层,实体书店本身具备浓厚的文化属性能够帮助书店更好地融入年轻群体的生活方式,打造新型消费体验。昆明书城自2024年起,在一楼和六楼特别设置谷子专区,该区域产品占店内非书产品的15%。专区内的商品种类丰富,从经典的谷子系列到精致的谷美配件一应俱全。

在展陈设计上,除了传统的按IP分类陈列外,结合各IP和品牌的限定活动,精心打造了打卡装置美陈,设置共享谷美区提升互动体验。消费者购买谷子后,可在区域直接进行谷美拍摄,一键生成精美照片并分享至各大社交平台,助力书店曝光率提升。

**深入需求,提升专业化选品能力。**在货品配置方面,书店采用群策群选的方式,让选品与大众消费者的爱好更加契合。昆明书城还通过社群向粉丝开放谷子IP“许愿”功能,主动贴近与谷子爱好者的需求,做到及时补充IP谷子货源。这种以需求带动供给的方式,能够有效填补谷子货品选品中的空白领域,最大程度地满足用户的消费需求。

昆明书城内的谷子商品种类繁多,涵盖吧唧、镭射卡、头卡、亚克力砖、挂件、痛包、耳机包、卡片、海报、立牌等丰富类型。其中,非人哉、MANTA、盗墓笔记、时光代理人等IP尤其受到用户喜爱。

**线上线下一体化营销,丰富体验感。**在重要节点中,昆明书城会积极协调品牌,开展各类福利活动和到店优惠活动。昆明书城坚持鼓励用户线下打卡、线上发

线下互动同样重要,特别是对实体书店来说,本身在构建场景化体验方面有丰富的经验,场地也更灵活,更能打造二次元沉浸式场景。集美门店开业时邀请了许多coser到商场一楼的IN趣次元场逛街,邀请二次元爱好者和读者参观书店,有效带动了开业当天的二次元产品销售。书店还会不定期推出专属coser福利,coser到店即可享受图书折扣,打卡即可赠送新华书店大礼包一份。

三八妇女节期间,书店在小红书、抖音平台上传了女性向动漫角色对女性的寄语,并且抽取幸运读者到店领取礼物,收获了很多观众的正向反馈。日常,读者来到书店可以不定期触发“买书送吧唧”的特别福利,提高了门店的互动性、可玩性。

2025年3月,集美门店在漫秋社的邀请下参加了银泰举办的漫展活动,期间迎来了众多coser打卡,店内二次元相关图书以及周边产品共计销售6800元。从重装开业至2025年5月上旬,门店的二次元产品销售突破10万码洋。

热门IP的谷子授权方面具有一定优势。同时,书店可以利用自身资源,与IP方合作举办各种活动,如签售会、主题展览等,吸引粉丝购买谷子。三是空间与场景优势。实体书店充足的空间可以用来打造精美的谷子展示和销售专区,设置专门的打卡区域、阅读休息区等,增加消费者在店内的停留时间,促成销售。四是客户群体与流量优势。实体书店本身拥有一定的客户群体,包括学生、文化爱好者等,其中不乏二次元爱好者,通过有效的宣传推广方式,可以将这些潜在客户转化为谷子消费者。

动漫书店将通过构建“二次元+文化”生态共同体,吸引更多二次元文化爱好者。一是根据不同IP主题打造特色陈列区域,让顾客仿佛置身故事中;瞄准IP角色生日等时间节点,引入限定谷子,提升顾客购买欲。二是在服务方面加强专业化运营,鼓励店员深入了解“二次元文化”,与消费者建立更多互动。三是通过线下社群运营,定期推送新品、开展“拼团购”,提升核心用户复购率。四是强化线上营销,通过书店官方网站、电商平台店铺、社交媒体账号等,拓展销售渠道,提高品牌影响力。

实体书店入局谷子赛道还需要考虑好以下问题。一是专业选品与库存管理。要深入了解二次元市场和消费者需求,进行专业选品,避免盲目跟风采购热门IP产品,导致产品同质化。同时,要做好库存管理,防止因热门产品缺货或冷门产品积压而造成损失。二是供应链优化。寻找稳定、优质的供应商,确保货品的供应及时和质量可靠。由于谷子市场变化快,对供应链的响应速度要求较高,实体书店需要优化供应链流程,提高补货效率。三是应对盗版。加强对盗版产品的防范和打击,严格把控进货渠道,确保所售谷子为正版。同时,可以通过宣传正版意识、与版权方合作维权等方式,营造健康的市场环境。四是线上渠道拓展。虽然实体书店有线下优势,但不能忽视线上渠道的重要性。可以通过建立官方网站、电商平台店铺、社交媒体账号等,拓展销售渠道,提高品牌影响力,吸引更多线上消费者。

分销微讯

中国出版传媒商报讯 5月10日,由中国文史出版社、海南省社会科学界联合会、三亚学院共同主办的《中西方哲学思想研究》《天道——中国传统哲学思想33讲》新书发布与出版座谈会在北京大学成功举行。

中国版权协会理事长阎晓宏,韬奋基金会理事长刘伯根,中国出版传媒股份有限公司原副总经理樊希安,生活·读书·新知三联书店总经理宋志军,海南省社科联专职副主席、海南省社科院副院长李星良,三亚学院副校长朱沁夫,中华书局原总经理宋一夫,北京大学中国古代史研究中心原主任、中国宋史研究会原副会长、中华炎黄文化研究会原常务副会长张希清,北京大学哲学系原主任、中华外国哲学史学会理事长、中国现代西方哲学学会副理事长赵敦华,北京大学历史学系主任何晋,中国诗词学会副会长、中国李白研究会会长、北大中文系钱志熙,北京大学历史系陈侃理,中国社会科学院学部委员、古代史研究所原所长、中国秦汉史研究会会长卜宪群,以及中共中央党校、中国人民大学、北京师范大学、三亚学院等院校学者和媒体代表等50余人出席会议。会议由北京大学历史学系教授岳庆平主持。

座谈会上,作者宋一夫、李星良介绍了两本书的写作初衷和主要内容。与会嘉宾高度评价两本书的学术成就,认为其主题具有鲜明时代性,为深入研究中华文明,阐发“第二个结合”提供了方法论,为全面、深入、系统认识全人类共同价值提供了扎实的哲学基础,为解决当今全球治理难题中的中国智慧和中国特色哲学社会科学话语体系和中国自主知识体系具有一定贡献。

《中西方哲学思想研究》《天道——中国传统哲学思想33讲》新书发布与出版座谈会在北京大学举行

中国版权共享课堂暨“法数字音乐论坛”呼吁探寻数字音乐版权保护“中国方案”

中国出版传媒商报讯 5月8日,由中国版权杂志社主办,腾讯音乐娱乐集团、腾讯音乐研究院、中国企业报财经研究院共同协办的中国版权共享课堂&E法数字音乐论坛在北京举办。全国政协委员、中国版权保护中心党委书记、主任孙宝林;中央宣传部版权管理局原副局长段玉萍;中国音乐著作权协会副总干事范永刚;中国音乐著作权协会法务部负责人马铁;中国版权保护中心国际部(版权交易部)主任陈雨佳;《中国企业报》执行副总社长张有义;中国传媒大学音乐与录音艺术学院音乐传播教研室主任、教授李小莹;中央民族大学法学院副教授熊文聪;腾讯研究院秘书长张钦坤;腾讯音乐娱乐集团资深版权合规总监黄浩;腾讯音乐研究院秘书长王仇西等音乐业界专家学者及企业代表共120余人出席论坛。论坛由中国版权杂志社社长、总编辑李劫主持。

孙宝林回顾了自2015年国家版权局颁布“最严版权令”以来,我国数字音乐产业的蓬勃发展态势,同时也指出当前数字音乐版权产业仍面临诸多挑战。他强调,版权在数字音乐版权产业链中的重要性愈发凸显,构建健全的版权保护和服务机制,对于维护音乐市场健康发展、推动文化强国建设、发展数字经济具有重要意义。

张有义在致辞中指出,“十四五”期间,我国数字音乐市场正版化率跃升至98%,产业规模突破千亿元,彰显了版权保护为行业注入的强大动力。他回顾了我国数字音乐产业历经从盗版猖獗到实现正版化发展、从全球规则的跟随者转变为参与者的重大蜕变。

会议期间,《中国数字音乐平台发展报告(2024—2025)》发布。报告指出,AI技术通过音频指纹识别和自然语言处理等方式,为音乐产业的知识产权保护提供了强有力的技术支撑,显著减少了盗版损失。同时,数字音乐平台正从传统的音乐聚合服务模式向智能化、个性化与多元化方向转型。

圆桌讨论环节由中国版权杂志社编辑部副主任冉冉主持。与会嘉宾围绕“人工智能与数字音乐版权治理”这一热点话题展开深入交流与探讨,嘉宾一致认为在人工智能技术蓬勃发展的当下,如何在保护版权的同时促进技术创新和音乐产业发展,是当前亟待解决的问题。

(伊璐)