

青少年为何热衷“买谷子”？

——如何正确看待这种文化现象

新闻评论

不必用猎奇的眼光去看待

对于青少年们买“谷子”，家长和老师反而值得去深入了解行为背后的含义，进而更好地与孩子沟通交流。

据央广网报道，“初高中生买谷子”的话题近期屡登热搜，引发关注。

从报道来看，一些中学生的消费能力较高，有初中生一口气买了800多元的“谷子”，拎着的两个包中装满了她喜欢的二次元周边，而这次“买谷子”用的是压岁钱，家长不会干涉。一名高二女生则表示，自己从初三就开始“买谷子”了，之前在短视频平台刷到了有博主发布的“谷子”开箱视频，了解得越来越多，便开始购买。这类新奇的消费行为，引起了一些人的不解和担忧。

青少年买“谷子”，主要满足的是他们的情绪价值和社交需求，前者可以带来愉悦感和自我满足，后者则是维系同学朋友之间关系的要素。“买谷子”属于一种“二次消费”，体现了对自己喜欢的动漫、影视和文化概念的认同。通过这种认同关系，他们获得了对自我价值的认可，也在同学之间获得了某种赞赏与共同身份。对此，大人们其实不必过于敏感，更不用担心这种行为会害了孩子，只要保持适度而为即可。

每代人在学生时代都有自己的娱乐和消费模式，这跟每代人的经济条件有关。如今的物质条件和消费能力普遍变好，很多80后90后当年玩过的四驱车、悠悠球、小浣熊卡片之类的东西，在今天可能就被替换为“谷子”、盲盒等事物了。在家庭经济条件允许的情况下，家长可以给予孩子一定的消费自由，在某种意义上，“谷子”一类的玩物也能扮演寓教于乐的角色，让孩子们既获得了生活乐趣又得到了精神满足。

当然，代际观念和兴趣鸿沟，是很难完全消除的问题。不同年龄段的人，不妨保持开放和包容的态度，对自己暂时不理解的事情，不着急作出价值评判，更不必带着猎奇的眼光去看待。能够平视彼此，才能更好地消除误解，提升沟通效率。于此而言，对于青少年们买“谷子”，家长和老师反而值得去深入了解行为背后的含义，进而更好地与孩子沟通交流。

要防范的是，不让他们在买“谷子”的道路上误入歧途，比如不理性消费、陷入攀比陷阱等。其中，不乏一些商家可能会通过营销话术和手段诱导孩子们消费，家长可以借此机会帮助孩子提高财商，增强对各类营销策略的辨识能力。说到底，还需要家长和老师做好教育引导工作，帮助孩子树立健康的消费观念，更加理性地对待“买谷子”等消费行为。

来源：红星新闻



正在买“谷子”的学生。

“

“微信收款411元”“收款59元”……暑假期间，北京一家“谷子店”里支付到账的收款提示音不断响起，一群穿着校服、背着书包的中学生到收银台前熟练地掏出手机结账，然后撕开包装。转眼间，该店一盒某动漫的盲抽“吧唧”（二次元术语，即徽章，音译自badge）就售空了。

近期，“初高中生买谷子”的话题屡登热搜。那么，为何青少年热衷“买谷子”？该如何正确看待这种文化现象？

”

1 探访：学生消费上千元“买谷子”

近日，记者来到北京一家以“谷子店”为特色的商场，该商场地下二层小店鳞次栉比，售卖各种热门IP的周边。记者看到，该楼层的人络绎不绝，在熙熙攘攘的年轻人中，有不少穿着校服、背着书包的学生。

“现在中学生可比我们大学生的消费能力强多了。”李兰是一名在北京读大学的大二学生，课余时间，她在该商场的一家“谷子店”兼职。她告诉记者，每天下午3点多，该楼层的人就开始多起来了，下午6点是客流量高峰期，店里的顾客主要是初高中生。

李兰兼职的小店20平方米左右。下午4点多，该店已经挤满了挑选商品的年轻人。14岁的初中生陈悠一口气买了800多元的

“谷子”，拎着的两个包中装满了她喜欢的一款动漫的周边。她告诉记者，这次“买谷子”用的是过年的压岁钱，家长不会干涉。

“我这买得不算多，算是‘小食量’。”陈悠说，今年4月份，她才开始“入坑”，至今她花了1000多元。“在班里，一半同学都‘买谷子’，有同学买了几千张‘吧唧’。”

李兰告诉记者，多数孩子每次会花二三十块钱买两个“吧唧”或小手办，也有孩子一次消费三四百元。不过，个别家长也带孩子到店里购买，那就买得更多。

陈悠向记者介绍，在谷圈，“谷子”分为“日产谷子”和“国产谷子”，“日产谷子”的价格通常比“国产谷子”贵一些。比如，一

个国产“吧唧”的价格通常10多元、20多元，而日产价格在40元至80元。不过，一些稀有、具有收藏价值的谷子售价可达上万元。

记者了解到，平价“谷子”被称为“普谷”，因为限量被炒至高价的“谷子”被叫作“海景”。今年3月，一枚直径75mm、重20g的限量款“吧唧”就因拍出72万元的价格而在互联网引发关注。这样昂贵的价格让很多“圈外人”不理解，在“圈内人”看来，这是实力象征。

“这是我买的第一个‘吧唧’，也是最喜欢的一个动漫人物，我觉得特别帅！”段莹向记者展示她柜子里收藏的“谷子”。

16岁的段莹在山西读高二年级。她告诉

记者，初三的时候，自己就开始“买谷子”。起初，她在某短视频平台刷到了有博主发布的“谷子”开箱视频，由于了解得越来越多，也便开始购买。

现在段莹对当地的“谷子店”很熟悉，如数家珍。“小城市就那么几家‘谷子店’，现在有些学校旁边的文具店也开始卖了，很多人也会到那里买。”段莹说，比起线上网购“谷子”，他们更倾向于线下购买。

“网上可能买到盗版，而且网购还有邮费。”段莹说，在线下，她可以到店里验货，看“谷子”上有没有瑕疵和盗印。另外，她和朋友可以在线下店铺挨个逛，淘自己喜欢的，会更有乐趣。

2 买家：购买的是“情绪价值”

“吧唧”，一块小小的铁皮徽章，为什么会让青少年们如此“痴迷”？就此，记者在北京某商场采访了多名在“谷子店”消费的年轻人，得到最多回复是“觉得开心，会有满足感”。

“我买的时候，心里很开心。买回家摆出来，看着更开心，让我感觉很满足。”陈悠说，自己的性格比较内向，平时喜欢看动漫和小说，朋友不多，仅有的两个朋友也喜欢“买谷子”。

段莹告诉记者，几十块钱买个“吧唧”并不是很贵。“买回来后，我可以经常看着它们，赏心悦目。怎么说呢？我购买的是情绪价值。”

山东省妇女儿童工作委员会智库专家秦祺说，今年以来，他收到了很多家长对孩子“买谷子”的咨询。他认为，青少年对二次元商品如此热衷，背后具有多种因素。“当青少年在学业发展、人际关系等现实需求不能得到满足时，对他们来说，通过某些亚文化结识具有相同特征的伙伴成了一种寄托。对某些青少年而言，这是一种精神寄托。”秦祺说。

据他观察，对二次元领域感兴趣的青少年群体，很多人具有内向、自卑、回避社交等特点。“他们渴望友谊又恐惧社交，不知道

如何通过有效的方式帮助自己建立稳定的关系，获得在人际中的情感支持。”秦祺说，这些孩子可能在日常生活中受到学业压力、亲子关系等方面困扰，关注二次元产品的过程，本身是应对压力的一种方式，也是他们暂时回避烦恼的一种手段。此外，二次元产品也可以成为社交时的话题，他们通过相同的爱好寻找群体中的“相似者”，以此减轻因社交困扰带来的“孤独感”。

秦祺分析，二次元商品在设计上可爱、炫酷的形象，符合青少年群体的审美习惯。此外，二次元产品通过社交网络，传播的速度快、影响大。青少年通过观看网络视频、图文进行留言互动，不断接受二次元领域的发展动向。

秦祺说，现在青少年的零花钱比较充足，他们不需要为自己的日常开销买单，加上缺乏一定金钱概念，也让他们在购买二次元产品时会盲目投入资金。

在秦祺看来，虽然每个人购买的物品有所不同，但购物的冲动体验一样，对自己感觉美好的事物期待能全部拥有或占有，对部分青少年来说，二次元的商品是他们内心美好的事物。同时，二次元产品在售卖时也采用了“饥饿营销”“限量发行”“品牌联名”等营销策略，这也增强了青少年的购买欲。



正在结伴购买“谷子”的年轻人。

3 专家：家长最重要的是做好正确引导

对于段莹购买“谷子”的行为，她母亲表示不能理解。“我不知道那些小圆片有什么意思，还攒了一柜子。”段莹的母亲说，女儿每周的零花钱是200元，去一趟“谷子店”就花没了。

湖北国泰心理研究院院长杜洛君告诉记者，她的孩子也喜欢购买“谷子”。在她看来，“买谷子”作为一种亚文化现象，是青少年在社会化进程中所进行的一种个人探索，如果理性购买，无可厚非。“家长最重要的是做好正确引导，跟孩子讨论每次能购买多少，对

标准、金额、间隔和总量做好控制。此外，在多元文化背景下，家长也可以学着欣赏孩子们的爱好，在理解中与孩子建立共同话题，进而引导孩子正确地发现美、欣赏美。”

日前，某数据机构发布的《年轻人生活偏好及购买行为研究报告》显示，全网二次元及游戏用户规模已达5亿，占据全网四成比例，其主力军为90后、00后人群，多身处一二线城市。

中国教科院研究员、综合研究部副主任张家勇表示，二次元文化作为一种越来越受

青少年关注的文化，社会需要多一些包容，也需要提供一些引导。在学校方面，尤其是寄宿制学校，在关注学生学业发展的同时，应该开展丰富多彩的业余活动，真切关注青少年的心理健康问题。作为家长，要加强与孩子的沟通，了解孩子的身心需求，增强孩子的家庭归属感，满足其情感需求。此外，相关的监管部门也需要加强对网络平台的建设，营造风清气正的网络空间。

杜洛君表示，青少年愿意为二次元产品买单，是受市场影响的经济行为，更是文化

力量的较量。她表示，青少年在成长的过程中需要榜样，这也是一种心理需求。他们需要不断看到榜样，再结合自身，逐渐确定自我的理想和目标，在模仿和思考中形成人格、养成性情。因此，在教育中，应当充分利用青年亚文化中的积极元素，增强优秀传统文化的影响力，树立时代榜样，以当代青少年喜闻乐见的方式更好地传播主流价值观和正能量。

（文中李兰、陈悠、段莹均为化名）
来源：央广网

延伸阅读

什么是买“谷子”？

“谷子”是英语“goods”的音译，指代各种动漫、游戏及影视作品的周边产品，如徽章、钥匙扣、挂件、卡片、拍立得照片和玩偶等。近年来，伴随着二次元文化的渗透和传播，青少年成为了这些产品的重要消费群体。



一位高二学生收藏的“谷子”。