



在距离百联ZX创趣场不远的新世界城，自2022年下半年便开始将四楼商场作为承接“二次元风暴”的试金石，先后引进潮玩星球、三丽欧（Sanrio）、九木杂物社等头部二次元周边、潮玩品牌，一个命名为“fun肆街区”的二次元主题商业街区也应运而生。2023年“fun肆街区”全面扩容，新入驻的品牌有Capcom（喀普康）中心，它是除日本本土外的中国首店，还有潮玩星球全国最新2.0形象店，漫魂、宝可梦卡牌竞技道馆，以及少女洛丽塔服饰的头部品牌“仲夏物语”，首次进入上海的新生代JK（女子高中生制服）服装品牌Cosme Pro等品牌店、形象店和旗舰店。

2022年10月，距新世界城不到一公里的上海静安大悦城北座8楼至9楼，二次元主题商业街区：八吉岛i-land诞生，以赛博朋克风格为主题，引入了9大优质ACGN（动画、漫画、游戏、小说）品牌，还有上海首家以动漫卡通游戏为主题的港式茶餐厅、上海首家2in1动漫主题体验中心、阅文集团与唐公子的全国首家主题咖啡店等。

2023年4月29日，“绮丽次元街区”在南京路的第一百

左上图：上海静安大悦城的卡皮巴拉快闪活动吸引了众多粉丝打卡。

右上图：位于静安大悦城首层的《名侦探柯南》中国大陆首家官方授权主题咖啡店。

货C馆四楼亮相。首批入驻的包括Baomoon抱梦旗舰店、绮丽少女旗舰店、多摩万事屋旗舰店、谷的time旗舰店、模组宇宙、Xhrhobby小黄人等8个品牌。

IP是二次元商业的灵魂，相比个体零售商，具有知名IP背书的商业有正版授权保障，通常也会有独家限定的商品，自然会有更强的吸引力，排队发售也很常见。

今年3月29日，名创优品XChiikawa主题快闪全国首站登陆上海静安大悦城，单店10小时销售额达268万元。夸张的是，3月28日晚上10点就有粉丝跑到现场排队。

对此，上海动漫行业协会秘书长张炜认为：“年轻人好像对这种比较单纯的情绪价值的玩偶比较看重，同时映射到自己身上去。对于现在的年轻消费群体来说，他们追求的是个人的情绪价值和个性的展现，这和以前因为需要而去商场购物的消费理念完全不一样。大悦城在实体零售当中还属于比较年轻化的，IP这块活动做得比较多，跟那些年轻人有消费习惯上的互动。”

值得一提的是，随着二次元文化在年轻人中与日俱增的影响力和商业潜力，二次元演出在上海也正

在蓬勃向上发展。这类演出从数量上看，也许在上海整个演出市场里仍属小众，然而依然蕴藏着无限发展潜力，是海纳百川的上海多元魅力的重要部分。

根据相关数据统计，2023年日本艺人（包含二次元歌手、声优等）在中国演出近400场，其中在上海举办的活动数量超过四分之一。比如去年因《灌篮高手》电影版热映，邀请到了《灌篮高手》TV版、《圣斗士星矢》等大家耳熟能详的动画作品主题曲多位原唱歌手的“Youth Never Gone·直到世界尽头”演唱会在上海国家会展中心虹馆举行，票房火爆；多年前因二次元名曲《极乐净土》出圈，去年参与了综艺节目《乘风2023》而再度吸粉的美依礼芽，她所在组合GARNiDELiA去年在上海的演出同样大受欢迎。

截至今年3月底，2024年全国范围内已经举办和公布的二次元活动超过了300场，而在上海举办的就有约120场。业内人士指出，由于上海演出多，粉丝的成熟程度在各方面都会高一些，比如台下大部分观众都很熟悉“打Call应援”套路。

怪不得很多人说，在上海，玩二次元就像呼吸一样简单。■