



大上海城、太康360等商场成为年轻人喜爱的新晋网红地 “二次元”给郑州商业带来新惊喜?

近年来，“二次元文化”的影响力与日俱增，国内各地纷纷涌现出了众多以二次元为主题的商业项目，如上海的ZX创趣场、武汉的X118以及成都的天府红等。这些二次元主题商场精准捕捉了当代年轻人的消费趋势和审美偏好，通过将整个楼层乃至整栋建筑转化为二次元文化的沉浸式体验空间，在各大社交媒体平台上出圈，成为年轻群体中的新宠。

这种模式不仅为老旧购物中心注入了新的活力，也满足了年轻一代对个性化、沉浸式消费体验的追求。郑州的大上海城与太康新田360佐证了这个观点。

大上海城：一个谷子店盘活老商城

对于老一辈的郑州居民而言，大上海城无疑是一个耳熟能详的名字。这个曾经风靡一时的商业地标，被誉为郑州初代的“网红”购物中心，见证了这座城市商业发展的辉煌时刻。然而，随着网络购物的迅猛崛起以及大卫城等新兴商业体的强势冲击，大上海城逐渐失去了往日的光彩，陷入了经营困境，其地位和影响力也日渐式微。

在经历了长达3年的疫情冲击后，大上海城的商业生态遭受重创，众多商户因经营压力纷纷撤离，导致商场空置率急剧攀升，几乎濒临倒闭边缘。据该商场运营人员宁先生透露，他曾一度认为，这座曾经辉煌一时的郑州首代商城，在时代的洪流中将难逃被淘汰的命运。

然而，就在2022年3月，郑谷——郑州首家谷子店铺的进驻，犹如一剂强心针，为大上海城注入了新的活力，成功扭转了其颓势，重新焕发生机。在郑谷的引领下，一群充满活力的年轻人开始频繁光顾大上海城，利用自己的业余时间在这里聚集。他们热衷于在商场内自由交换一种特别的物品——“谷子”，这种独特的交易方式逐渐成为他们社交互动的一部分。

随着时间的推移，大上海城悄然变为一个充满青春气息的二次元文化聚集地，吸引着越来越多的年轻爱好者前来探索和交流。至此，一个、两个……10个、20个，截止到今年6月，大上海城入驻店家已达30多家，成为郑州最早的一批二次元聚集地。



动漫爱好者在大上海城观看二次元演出

“不是漫展去不起，而是大上海城更有性价比”

7月1日下午，记者来到大上海城进行探访。由于处于暑期，来大上海城的年轻人不在少数，大家在商场内交流、玩耍、合照等，氛围极为融洽。大上海城营运总经理陈城钢告诉记者，为了让孩子们能有随舞的场地，商场将“黄金区”中厅打造成舞台，孩子们在舞台上大方展示着自己。

“不是漫展去不起，而是大上海城更有性价比。在这里，我有回到家的感觉，这种松弛感是三次元工作与生活提供不了的。”米可萌谷子店店员喻苗告诉记者，她正是因为喜欢二次元，希望天天逛漫展才来到了郑州大上海城工作。

“我们相信在不久的将来，大上海城将成为河



动漫周边产品

南乃至全国二次元市场的地标级商业项目。”程经理补充道，“我们积极与三月兽、次元购、漫序、模玩熊、墟弥 goods等头部二次元品牌接触，力争大上海城成为品牌入郑首店。”

太康360：致力成为二次元官方品牌聚集商场

位于大上海城西侧不远处的太康360，位于金水区西太康路与铭功路交叉口路东100米，这家独具慧眼的商场迅速行动，经过短短数月的精心改造与升级，一跃成为郑州二次元文化“弄潮儿”的天堂，吸引了众多动漫爱好者的目光。

6月27日，记者来到太康360时，被大门处小排球角色的贴纸所吸引。“因为6月中旬小排球电影的上线，我们将商场大门、楼梯等区域

打造成以小排球为主的动漫元素，我们将定期更换全场主题氛围。”太康360市场推广部工作人员刘丽讲，太康360致力于打造二次元一站式购物、社交、体验欢乐聚集地。

商场相关负责人说：“我们积极与谷乐屋、暴蒙模玩熊、三月兽、漫库等头部二次元品牌接触，力争让太康成为品牌入郑首店，提高我们在二次元市场上的竞争力。”截止到今年6月，漫时空主题

街区已招商20余家品牌，入驻官店达10家，其中6家店铺为首次进驻河南市场，且漫库、宝石匣、乌丸屋、气球暖暖星、Game Goods、谷丘社、番之谷、秋子谷子店已开业。

此外，太康360定期举办跳蚤市场、随机宅舞、二次元生日应援、专场观影、IP展、漫画展等一系列二次元活动，满足吃谷人需求的同时，为二次元爱好者提供首个释放情绪、收获认同、展示自我的次元聚集地。

郑州谷店将近饱和 去同质化才能站稳市场

“谷子”由“Goods”（商品）音译而来，广义上说，它可以指代一切漫画、动画、游戏、偶像、特摄等版权作品的周边商品。

“正是只卖一种IP，让我的店在大上海城多家谷子店中脱颖而出。”谷多多店主告诉记者，自己的店内只卖一种IP，那就是南派三叔所著的《盗墓笔记》。

大上海城的米可萌谷子店作为米哈游官方正品授权店，凭借高质量的游戏产品，如《崩坏》和《原神》官方周边吸引顾客，其

在市场竞争力不容小觑。郑州首家中古谷子店宝石匣筹备了将近半年时间，于近日起试营业。该店从中古谷子入手，既解决了大热IP的同质化，冷门推没有谷吃的困境，又能让谷子在吃谷人手中流通，避免资源浪费且性价比较高。

当聊到郑州近年谷子店遍地开花，市场即将饱和的状态下，如何才能站稳市场，避免遭受洗牌时，大上海城与太康360店的负责人都给出一个相似的答案：去同质化，

发展特殊性。

郑州的老商场通过拥抱二次元经济，成功实现了转型与复兴，这一转变不仅反映了老商场积极应对时代变化，主动迎合年轻消费者需求的战略调整，同时也预示着未来市场的走向。在二次元文化的推动下，这些传统商场不再仅仅是购物场所，更成为集娱乐、社交、文化体验于一体的综合性空间，吸引了大量追求新鲜感和个性化体验的年轻人，从而焕发出新的活力。

记者 黄栖悦 文/图

800余家企业参与 我市举办专精特新 企业上市指导活动

本报讯(记者 徐刚领) 7月2日下午，郑州市中小企业服务中心举办了专精特新企业上市领航行动暨资本结构与顶层设计辅导活动，800余家企业通过“线上+线下”的方式参加了活动。

此次活动是郑州市专精特新企业上市领航行动系列活动之一。郑州市中小企业服务中心联合河南财经政法大学、中国社会科学院郑州研究院等科研院所，围绕重点上市后备“专精特新企业”，充分发挥河南省中小企业上市服务平台、河南省专精特新企业促进会等企业公共服务机构作用，汇聚“政研企服”合力，为企业加深对资本市场认识、全方位规范运作、做好上市规划、走好上市路径等提供了科学遵循和具体指导，达到了提振企业上市信心、加强企业规范建设、明晰上市目标路径的预期目的，并围绕重点上市企业，一企一策，建立上市全周期跟踪辅导体系。

截至目前，全市有境内上市公司39家，其中专精特新企业17家；新三板挂牌公司88家，其中专精特新企业71家。今年12家重点上市挂牌后备企业中有11家是专精特新企业，专精特新企业发展势头良好，已成为全市企业上市挂牌的主力军。

省夏季种子信息交流暨产品展览会开幕

本报讯(记者 成燕 孙婷婷) 7月3日，为期两天的2024河南省夏季种子信息交流暨产品展览会在郑州国际会展中心开幕，吸引省内种业企业、农资经销商、种植大户及专家学者、行业协会等相关人士会聚绿城。

本次大会展览面积近20000平方米，吸引来自全国各地的500多家种子、农药、肥料企业齐聚一堂，集中展示企业形象与文化、企业研发推广的小麦新品种、农药及肥料新产品、新技术。展会期间，来自省内外的种子、农药、肥料企业公司、农技站、市、县、乡镇、村级种子代理商、经销商、零售商及种植大户预计20000人次将参观洽谈。其中，最大亮点是把线下展会搬到线上举办。“2024河南省夏季种子会参展产品田间示范线上观摩会”把两天线下展览变为全年线上展示，既通过新媒体平台将每个品种的各个时期进行田间展示、示范，不仅使行管部门、企业、种植大户及时直观地了解到品种的一手信息，同时为农资企业提供数据分析，在全网进行拓客、锁客，线下精准引流等，让企业实现全年、全渠道、全区域展示推广。