

貴族宮廷風格的 Lolita 裙（又稱 Lo 裙）因炒作而價翻 10 倍，數千元（人民幣，下同）的漢服頭飾可賣到 2 萬多元，JK 制服（即日系女高中制服）20 分鐘便賣出 30 萬件……這些通稱為「二次元」服飾的物件，看似「小眾」，然而實際上卻是一個不小的市場。有報告指出，越來越多的消費者願意為二次元服飾買單，包括 Lo 裙、漢服、JK 制服等在內的二次元服飾市場規模或接近 170 億元，消費用戶已超過 3 億人。儘管受到疫情影響，消費者對於二次元服飾熱度依然不減，近日以 Lo 裙為主題的上海 AP 茶話會，價值 680 元的門票竟「一票難求」。

■圖／文：香港文匯報記者 倪夢璟 上海報道



■麼伊穿着心儀的 Lo 裙在實體店面前留影。受訪者供圖

# 二次元有市

# 炒裙風熱潮不減

## 市場規模近 170 億 消費用戶破 3 億人



■「海月姬」裙亦曾被炒至逾 8 萬元人民幣。



■中村十字裙一度最高炒至 10 萬元人民幣。

## Lo 娘：價格控制在能力範圍內

裙子的支出對於 Lo 娘、漢服娘來說並不算是小數目，不少愛好者以此為目標更努力工作。「我目前最貴的裙子也就 2,000 多元的，因為是自己賺錢自己買，有錢就買沒錢就不買，支出都是在能力範圍內，所以家人朋友挺支持的，花的是自己的錢，別人也不會對自己說三道四，而且小裙子這麼好看，當然不會反對。」Lo 娘桃子兔笑言。

### 慎防網上騙財騙色

對於炒裙，桃子兔顯然不認同，「這個現象導致的負面影響挺大的，擾亂整個市場，導致很多心懷不軌的人在中間賺差價，甚至騙錢騙色。」據內地媒體此前報道，有網友舉報，二手交易平台上賣家疑似以極低的價格銷售「洛麗塔」服飾做誘餌，引誘女性買家當面交易，暗示以發生

性關係來換取商品。受此事件影響，香港文匯報記者近日登錄閒魚等平臺發現，如果直接搜索 Lolita 詞彙已經顯示無結果，但如果搜索 Lo 裙、Loli 裙等關鍵詞彙，相關交易便可顯示，但這也為正常粉絲的交流、交易帶來不少負面影響，甚至為整個 Lo 圈貼上了負面標籤。

桃子兔直言，「我個人也是覺得，最好還是別買高價商品，好看的裙子那麼多，以後還會有更好看的，沒必要買高價商品。」

## 漢服熱門配飾排單至 2025 年

不僅裙子可以炒，就連配飾也可以炒作。「原價 7,000 元（人民幣，下同）左右的頭飾，之前在網上炒到了 2 萬多元。在我看來，首飾的炒作就像『神仙打架』，讓人望而生畏。」談及炒裙子，漢服娘熊貓直言並不在意所謂「炒作」，但自己並不會加入炒作大軍。

根據天貓《2018 漢服消費人群報告》，2018 年購買漢服人數同比增長 92%。某漢服頭部品牌 2017 年「雙十一」店鋪銷售額達到了 800 多萬元。而對於漢服配飾，無論是漢代還是清朝，做工精良的首飾幾乎都得到了漢服娘的認可，「比如《延禧攻略》帶火的絨花，雖然不太昂貴，但是工期長，我知道目前都排單到 2025 年了。」

問及漢服以及首飾火爆的原因，熊貓表示，「漢服是民族的傳統服裝，穿著本民族服裝的概念在現在得到越來越多年輕人的認同，在穿漢服的過程中我也交到了各個行業的朋友，所以對於漢服的興起我是很高興的。」熊貓說自己在漢服上的投資主要是為了學習，至今在服裝上的花費已有 8 萬元左右。

### 相信消費可回歸理性

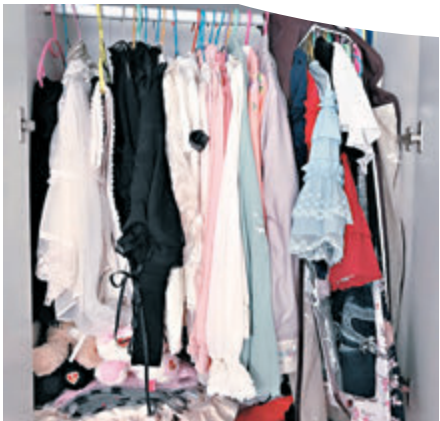
「我本身是學動畫專業的，在了解日本動漫文化的過程中，我對中國傳統文化的斷層感到焦慮，尤其是服飾作為最直觀代表傳統文化的部分在現代的中國基本看不到了，所以從大學畢業後上班開始留意相關的論壇，相關的微博圈，再到找相關的研究老師學習，至今為止大概 5、6 年了。」

對於炒裙子現象，熊貓很淡定，因為「所有有



■做工精良的首飾得到了漢服娘的認可。受訪者供圖

## JK 制服收益倍數最高



■麼伊家的 Lo 裙收藏。受訪者供圖

今年 4 月，淘寶店鋪兔姬舍銷售一款名為「溫柔一刀」的 JK 制服，20 分鐘銷售超過 30 萬件，由於過於火爆而被提前下架。相對於動輒數千元（人民幣，下同）的 Lo 裙，售價百元的 JK 制服似乎更被接受。根據 IT 桔子的發布的《2020 二次元消費市場分析報告》顯示，二次元消費群體單筆消費金額主要集中在 100 元至 500 元左右，Lo 娘對超過千元的「高消費」接受能力最高，但更多受訪者願意接受 100 元至 300 元的服裝。

麼伊表示，由於 JK 制服定價相對較低，應該是不少炒客轉方向的原因之一，「有原價 238 元的制服最高被炒到 1,500 元左右，按照翻倍收益看，還是 JK 制服的收益更高，現在 Lo 裙頂多翻一倍就很了不起了，但 JK 制服熱度正高，可以翻很多倍。」

不過，不少仿製品、類似品以及原創作品的不斷湧現，無論是 Lo 娘、漢服娘，還是 JK 制服愛好者，「我想真正喜歡的都不會支持炒作。」

—— 次元服飾泛指與二次元 IP 和泛二次元相關的服飾產品，例如 Cosplay 服飾、二次元 IP 授權聯名服飾等，隨著受眾不斷擴大，包括 Lo 裙、漢服、JK 制服也被納入泛二次元 IP 歸類中。據 IT 桔子的報告顯示，二次元服飾的受眾以 90 後、95 後為主。今年 1 月至 8 月，網絡上「Lolita 裙/洛麗塔裙」關鍵詞搜索量（體現市場價值和潛在購買力）同比上漲 220%，訂單量同比上漲 44%。

有需求就有炒作。二次元服飾也有炒賣市場，炒賣從 Lo 裙開啟。這種類似貴族裝、宮廷裝又帶有洋娃娃服等元素的服飾，經過動漫、遊戲等渠道傳播，逐漸形成了「Lolita Fashion」（洛麗塔時尚），數千元的 Lo 裙最高曾被炒至十萬元。如今「炒裙」早已不局限於 Lo 裙，亦包括漢服、JK 制服以及相關飾品等。

### 中村十字裙 曾炒至十萬元

「我入圈是比較早的了，多年前 Lo 裙還不火，在內地連實體店也很難找到的。但現在就不同了，基本上在街上逛街都能碰見一兩個，我們平時還會組織聚會，Lo 裙也漸漸被更多人接受了。」喜愛中國傳統文化的「Lo 娘」麼伊，通過漢服圈接觸到了 Lolita 服裝，從此便成為 Lo 娘中的一員。記者見到她時，她特意穿上了第一套入手的 Lo 裙，這是在 2012 年還是高中生的她通過兼職加省下零用錢購買的，價格約 3,000 元左右，也是她最喜歡的 Lo 裙之一。在工作後有了一定的經濟能力，Lo 裙這個愛好也一直延續。

麼伊經歷了最火爆的炒裙時期，也在疫情後因折扣購買不少折價裙。「以前很火的一款名叫中村十字的裙子，初售量少，裙子出來後大家都覺得好看，就有人去炒作。」她說這款原到手價約 5,000 元左右的裙子最高曾被炒至十萬元。因為人氣太高，製作公司幾年後再推出，不過卻迅速貶值，如今部分二手交易平台上掛牌價格幾乎都在 1 萬元內，幾與售價持平。而另一套差不多價格的「海月姬」，據透露亦曾被炒至 8 萬元以上，如今價格亦不再虛高。

### 神款紛再版 炒作價值暴跌

對於炒家來說，疫情的到來絕對是極大的打擊。以今年 9 月在上海進行的 AP 茶話會發售的限量款 Lo 裙為例，「這次茶話會的限量款草莓裙是 2015 年的神款（指特別受歡迎，在同人間交易時價格遠超原價的款式），另一款小寶石裙曾經被我們稱為百萬神款，炒作熱度極高，如今再版了價格卻沒有變，那麼對於高價炒裙的人來說就虧本了。」麼伊告訴記者，受到疫情影響，不少品牌高價裙都在打折，業內知名品牌 AP 和 Baby 也都開始高折扣售賣部分款式。以近期入手的「摘草莓」和「Shanghai Doll」為例，「摘草莓」原價 1,400 元，後來炒高一倍；「Shanghai Doll」作為上海門店開業限定款，原價 2,500 元左右的款式被炒至 3,500 元。但如今全部再版，也意味着炒作價值不斷下降。「可以這麼說吧，以前炒翻倍的裙子幾乎都再版了，我們所說的『Lo 股』，早已暴跌了。」

### 愛好者轉炒漢服 JK 制服

價格雖然不再瘋長，但 Lo 裙的購買量與搜索量近年來仍飛升。返利網數據顯示，截至 2019 年底，網絡電商 Lo 裙購買/搜索量同比增長 1200.56%，漢服亦同比增長 290.46%。今年出現疫情，但返利網數據顯示，今年 1 月至 8 月「漢服」關鍵詞搜索量同比漲 58%，訂單量同比下降 66%；「Lolita 裙/洛麗塔裙」關鍵詞搜索量同比漲 220%，訂單量同比漲 44%。

艾媒諮詢發布的《2019-2021 年漢服產業數據調查、用戶畫像及前景分析報告》顯示，2018 年漢服愛好者數量有 204.2 萬人，同比增長 72.9%，2019 年銷售額達 14.1 億元。IT 桔子的報告則指出，2020 年包括 Lo 裙、漢服等二次元服飾市場規模或接近 170 億，總體用戶將超過 3 億人。

麼伊說，不少原本炒作 Lo 裙的炒家如今開炒 JK 制服，「2019 年炒 Lo 裙最火，今年很多人開始炒 JK 制服。」不過她說，炒賣是一件高風險的事情，「希望業界盡快回歸理性」。

## 二次元世界



來自於日語的「にじげん」，意思是「二維」，引申為在紙面或屏幕等平面上呈現的動畫、遊戲等作品中的角色。相對地，「三次元（さんじげん）」也被引申來指代現實中的人物。該詞被廣泛用於對 ACGN（指熱愛動畫、漫畫、小說和遊戲的人）文化圈中「架空世界」或「夢想世界」的一種稱呼，該用法始於日本，早期的日本動畫、遊戲作品都是以二維圖像構成的，其畫面是一個平面，所以被稱為是「二次元世界」。



■實體店內布滿「可愛」的元素。