

当传统文化链接Z世代，流量过后的可持续传承才是关键

产品名称	当传统文化链接Z世代，流量过后的可持续传承才是关键
公司名称	展览会合作部门
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	参展咨询,展位预定
联系电话	021-54700919 13248370797

产品详情

你能想象距今700余年的传世画卷变成一副动画吗？

在去年的国际文化博览会上，描绘中国南宋时期蚕织生产技术的绘画作品《蚕织图》在数字技术的帮助下“动”了起来，惟妙惟肖，立体逼真，迅速走红网络。

《蚕织图》动画

在现代科技的推动下，传统文化推陈出新，飞速发展。从《蚕织图》到《唐宫夜宴》，再到《国家宝藏》等文化纪录片在互联网的走红，传统文化早已成为Z世代所关注的热门话题。由此可见，年轻消费者除了热爱新潮、追逐时尚，在面对传统文化时也展现了极大的兴趣。

在Z世代的带动下，文化消费需求崛起，传统文化复兴的营销激战中，吸引“流量”并不是目的，而是让其成为引子，借助流量进一步做好持续性的普及，真正弘扬传统文化的魅力。

撩动Z世代的流量密码

聚焦个性化消费需求

Z世代已经成为中国消费市场的中坚力量，他们的消费偏好无疑会重塑未来的市场格局，因此文化产业走进Z世代、读懂Z世代就显得尤为重要。

相关机构发布的《2022 Z世代消费指数报告》显示，2022年以来，Z世代购买“中国红”元素商品的销量同比增长326%，引发了热议。其实近年来，随着Z世代消费能力的提升，带有传统文化元素的产品在日常的消费场景中越来越受到追捧，甚至涌现了大量现象级的消费案例。

现象背后，本质是Z世代个性化消费需求的崛起，并在市场经济的语境下，创造了新的消费潮流，同时也体现出Z世代对于当前文化消费的新型认知——文化是和消费、生活紧密相连的，地域文化本就深深扎根于生活的泥土中，因而具有了绵长的生命力进行延续。

颠覆潮流传承文化

穿梭千年的时代印记

留心近年来涌现的营销案例、优秀的文化作品，我们能注意到一些传统文化不仅变成了日常，甚至与现代科技跨界融合，古今贯通，成为年轻群体文化认同感的体现。

《西游记之大圣归来》被观众誉为“中国动画电影十年来少有的现象级作品”，让人们看到了传统文化与二次元融合产生的强大吸引力。

此后《国家宝藏》《如果国宝会说话》《我在故宫修文物》等传统文化综艺节目，在B站相继走红；

热门网游《三国志幻想大陆》与剪纸大师杨兆群老师梦幻联动，为游戏中的貂蝉设计一款新春皮肤，以剪纸的国粹形式为貂蝉裁出了一袭红裙；

河南卫视中秋晚会进行了诸多IP衍生尝试，复刻了唐朝都城洛阳的赏月盛景、用AR技术场景化呈现王羲之《中秋帖》的创作等，找到了与观众的情怀共鸣点，真正让传统文化IP发挥*大价值。

这些看似毫不相关，结果却是意料之内的跨界融合，不光令人眼前一亮，还有烙印着穿梭千年的时代痕迹。

当文化行业不约而同对当下热门的传统IP进行“改装”，看似各显神通各自美丽，但实际上他们拥有同一个价值和使命：传承。所有过去，皆是未来，这些文明都成为一个个文化符号，被Z世代的年轻人注入新的生命力。

当传统文化演变成了潮流，走进大众视野，这又何尝不是我们对民族文化认同感和自信的成长呢？颠覆潮流，传承文化，前浪们一直在努力实现却未能成行的事情，正由Z世代们接力完成。

运用流量和影响力

激发传统文化长久活力

当然，优秀传统文化的创新“出圈”只是一个开始，虽然获得了前所未有的流量和关注，但依然有很多年轻的消费群体对传统文化缺乏深刻了解，很多优秀的传统艺术现场门可罗雀，不少非物质文化遗产还无人问津，亟待发掘和传播。

传承与复兴优秀传统文化的关键是要让“流量”成为敲门砖，借助IP和网红的影响力进一步跟进，产生持久效应，吸引和带动更多的年轻人去深入了解自身民族文化体系中的瑰宝，激发优秀传统文化的长久活力。

从娃娃抓起，传统文化走进必修课堂

中办、国办印发的《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》中明确指出，要推动高校开设中华优秀传统文化必修课，在哲学社会科学及相关学科专业和课程中增加中华优秀传统文化的内容；要加强中华优秀传统文化相关学科建设，重视保护和发展具有重要文化价值和传承意义的“绝学”、冷门学科。优秀传统文化传承不能只看一时一刻，只有整体系统的研究和推广才能让优秀传统文化走得更远。

植根传统文化，创新表现手法

#影视节目#

融合了传统文化的综艺作品成为电视荧屏上一道亮丽的风景线。这些植根传统文化、创新表现手法的综艺节目，通过汲取传统文化的养分，其内涵和深度得以提升，也让中华优秀传统文化在节目传播的过程中得以传承和弘扬。

河南春晚上，《唐宫夜宴》横空出世。14位舞蹈演员身着唐三彩元素的襦裙，肉嘟嘟的脸上画着“斜红

”妆容，时而严肃庄重，时而嬉笑打闹，宛如从博物馆中复活的唐宫美人。

图片来源：郑州歌舞剧院

#静态文物#

一幅传承千年的名画并不只是博物馆冰冷的展品，也可以演绎成舞台上一支清秀可人的舞蹈，让静态的文物“活”起来。

舞蹈诗剧《只此青绿》取材《千里江山图》，以现代视角切入、溯源中华优秀传统文化，徜徉在富有传奇色彩的中华传统美学意趣之中。

#文博IP#

具有文化属性和创新性的各大博物馆文创产品越来越受到年轻消费者青睐，博物馆文创逐渐走俏市场，成为年轻消费者的新潮流、新选择。

前有故宫IP带动了博物馆文创风潮，现有敦煌文化围绕IP价值，结合现代科技手段，形成开放互动的产业链，不断开发创新文创衍生品，甚至与热门舞蹈综艺跨界合作，并联合天猫开展“掘色敦煌”专题活动，采用直播的形式推广敦煌IP。

文化产业作为助力文化强国的重要组成部分，在新的历史节点下，坚定不移的传承优秀的传统文化，对汇聚未来文化产业发展的乘风破浪之势大有裨益。

CSF文化会作为亚太地区领先的文化和办公用品贸易平台，肩负振兴中国文化产业的重大责任，我们持续关注中国传统文化风潮，加速推进优秀传统文化与现代展会的融合，“金榜题名”主题活动，以及活动配套的“寻礼市集”，均是我们在116届CSF文化会上的重磅企划，并获得了观众和展商的一致好评。

明年CSF文化也将迎来成立70周年庆，CSF文化会将首次启用并打造W1文创IP、礼品、益智类产品精品馆，在传统文化复兴的风潮下，延续“金榜题名”主题活动，创新各类活动板块玩法，在保持各项优势的同时继续为文化产业贡献一份力量！