

上海文创IP展/红色数字藏品势不可挡，预测IP授权领域新图景

产品名称	上海文创IP展/红色数字藏品势不可挡，预测IP授权领域新图景
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

当谈论数字藏品时，我们在谈论什么？

当下数字科技的发展，数字藏品逐渐成为一种文化收藏新风尚，并且在元宇宙主题的加持下，数字藏品受到越来越多年轻群体的青睐。

小科普

关注我们

所谓数字藏品，就是利用区块链技术，锚定作品成链上唯一的所有权或使权的数字凭证，不可篡改、不可拆分、限量发，的是实现作品真实可信的数字化发、收藏、使用和流转。

简单来说，就是数字出版物的种新形态，弱化了其金融和交易属性，有利于其健康可持续发展。

小科普

SHOPPING

当下数字藏品成为行业热点，品类丰富，包括但不限于数字图片、音乐、视频、3D模型、电子票证、数字纪念品等各种形式。

音乐、门票、潮玩、卡牌、画作、摄影作品、GIF动图、表情包等等都可以做数字藏品。不同的数字藏品有着不同的玩法，例如，音乐类的可以听歌、门票出入通行证、画作长久保存欣赏等等。

当下数字藏品成为行业热点，品类丰富，包括但不限于数字图片、音乐、视频、3D模型、电子票

随着行业首个红色文化数字藏品数据报告《2022红色文化数字藏品风行报告》的新鲜出炉，数字藏品再次成为品牌营销的重要抓手。

IP作为数字藏品营销重要的傍身之物，该领域在未来将会涌现哪些新图景呢？

数字藏品全面爆发，红色IP或成主流

数字藏品在2022年全面爆发的态势已经呼之欲出，在相关行业报告中预测了2026年数字藏品市场的销售额将达到23.9亿元，市场增幅达到65%。

从购买的用户画像上来看，年轻人是购买数字藏品的主要人群，其中21 - 25岁的用户占比达到近40%，此外26 - 40岁的用户消费能力更强，持有藏品的用户数量达到48%。

2022年11月12日，在第五届井冈山革命金融年会上，iBox联合井冈山金融博物馆发布了行业首个红色文化数字藏品数据报告《2022红色文化数字藏品风行报告》。对于红色金融文化首次以数字化形式展现相关成果，博物馆持续推进数字博物馆转型的思路也将成为业内一大趋势，以井冈山金融博物馆为例，计划推出系列红色文旅景点的数字藏品，进一步尝试数字化创新方式推广红色文化IP。

选择一个具有话题热度的内容，去做一波与元宇宙相关的营销活动，吸引流量与用户，也是目前企业的主流选项，在未来一段时间，也将成为主要的品牌数字资产。

那么在红色IP走俏的当下，将会推动数字营销领域发生怎样的改变呢？

国潮主旋律，红色IP致敬峥嵘岁月

在国潮兴起的浪潮下，率先带火的还是各类集中体现中华文化的周边衍生品。

背后凸显的正是年轻世代对于潮流语言和社交符号的追逐。文博行业为了与年轻用户对话，拥抱数字化和商业化，将国潮文创变成了IP授权领域持续至今的“顶流”。

国潮文创分为两种，一类是大众喜闻乐见的历史类传统文创，这类产品拥有一整套故事脉络，年轻受众

能够深入地与其互动，并了解某种中华文化的发展历史，例如故宫文创、只此青绿文创等等；

另外一类，则是近年来大力倡导传承爱国主义情怀的红色文创。背后所凝聚的红色文化作为优秀中华文化的重要组成部分，是新时代书写**篇章的强大动力。它承载着一段峥嵘岁月的记忆，对革命先辈的怀念，对远大理想与抱负的追求，更熔铸了民族之魂、国家之本。“拥抱”红色文化，坚定文化自信。

今年上半年，人民创意联合中国报业协会，共同策划并发布“红色印记”为主题的“老报纸红色文化绝版数字藏品”，涵盖抗日战争时期到解放战争时期的重要历史事件，是珍贵的历史资料，具有极高的收藏价值和文化价值。

这些红色数字藏品包括：

红军长征中共中央和中央军委唯一发行《红星》报

边区*有影响力的报纸《新中华报》

人民日报的前身之一《晋察冀日报》

致敬峥嵘岁月，致敬红色文化。通过数字藏品的魅力致力在新时代青年中掀起一阵红色热潮，汲取前行的力量，用红色文化赓续中华民族的精神谱系。

双向奔赴，科技与红色IP之间的价值

数字藏品是利用区块链技术进行唯一数字化，包括特定艺术作品和商品。这些藏品不可复制性，不可篡改，并且**储存的，具有唯一编号。

数字藏品的核心是要借助优质的IP去焕发这些IP数字的新生，其核心价值在于

**，对于优质IP的版权确权和保护；

第二，实现这些优质IP的价值定性，同时激活了数字文创产品创作生态，也赋能了新兴行业和企业私域运营。

红色IP，即红色文化，是中国共产党百年艰苦卓绝奋斗历程形成的精神财富，是中华民族文化的重要组成部分，同时又具有自己的鲜明特性和特殊意义。受时间和空间的限制，许多具备珍贵历史价值的红色文物无法再现给当代消费者，或是局限于宣传力度和深度，导致年轻一代对于这段历史所知甚少。

数字化的营销手段，能让红色故事通过更直观的方式快速进入人们视野，入脑入心，充分挖掘红色资源的文化价值，迸发出新时代的魅力与价值。传播还能突破时空限制，扩大红色文化的影响力和传播力。

通过科技手段加强红色文化的互动性，让年轻一代在融入其中的同时，深度体验红色历史，经历一场身心都被红色文化洗礼的旅程。

长期来看，整体社会氛围的变化和年轻人对于潮流的追逐，还是能够帮助红色IP领域迸发出新的活力。

而品牌们则需要进一步优化自身的服务模式，同时积极挖掘红色IP中的历史基因，或孵化全新IP，并将新技术融入到IP授权领域中，届时势必会迎来数字化营销的下一个春天。

E

割

D

在红色IP走俏的当下，数字藏品、元宇宙等数字化营销浪潮将不断孕育出内生动力，文化和办公用品企业也将继续关注数字文创、IP授权产业，与创新企业携手打造出更多的惊喜，提升文化产业竞争力。

全新的消费趋势之下，2023CSF文化会将首次启用并打造W1文创IP、礼品和益智类产品精品馆，海量知名头部品牌进行集中展示，助力展商全方位展示差异化特色新品，提升买家及消费者及时了解当前热门趋势。

期待与您再次相聚，共同见证文化和办公用品行业的蓬勃发展！