

2024上海文具展|第118届上海文化用品展

产品名称	2024上海文具展 第118届上海文化用品展
公司名称	展会招商部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	参展咨询，展位预定
联系电话	18019712639 13512119684

产品详情

文创行业能否凭借偶像经济的风口实现破圈？在国内，文创产业如何从偶像经济中分一杯羹？这些都是在追逐风潮时所需考虑的重要问题。看似投机的背后，或许是将品类特点*大化的“**模板”。

免责声明：本宣传文案所涉数据、图片、视频等资料部分来源于118届文化会展官方，转载目的在于传递更多信息，内容仅供参考，准确内容以正式批文或签约文件为准。如涉及侵权，请联系删除

118届中国文化用品商品交易会CSF

上海文具展|文创展|玩具展|画材展|文化用品展

2023年，CSF文化会基于行业发展的前瞻视用与深度观察，首次启用并打造WT1文创IP、礼品和益智类产品精品馆，主题馆一经推出便收获了超高关注度。

2024年6月13-15日，邀您再度相聚上海新国际博览中心，共同见证文化和办公用品行业再攀新高度！期待与您携手

集合了阿玛莉莉丝、AKI酱、阿软、麻球、囡七、桃司丸丸、维C少女团、小奶龙、小宇圆、折耳妹妹（按首字母顺序）等IP形象，掀起初夏文创IP狂欢，带来超新潮、个性化、高颜值的展品及展陈。

偶像文化的背景

1997年，经历全球金融危机后深受影响的韩国为振兴经济，时任总统金大中在1998年提出“文化立国”发展战略，为韩国的文化产业作为21世纪国家发展的重点产业提供强大支撑。

拥有强大学习能力的韩国借鉴了日本杰尼斯事务所的偶像培养模式，琢磨出自己的一套造星流水线，结合“去韩国性”的目标，贴近全球流行趋势的多元音乐风格，当下，韩流已然成为世界流行文化的风向标之一，在国际市场拥有广泛的受众和不可小觑的影响力。

以韩国组合blackpink为例，除组合官方账号外，全团的ins粉丝数量达3亿。

图片来源：Instagram

2021年韩国文化产业出口额达到124亿美元，创历史新高。单就唱片出口额来看，2022年也已超过了2.3亿美元，呈现持续增长的态势。早在2012年，韩国就依靠文化产业出口就实现了“四倍效应”——文化产业出口每增加100美元，就能使化妆品、电子产品等商品出口额增加412美元。

目前，其文创类产品也在文化产业出口的带动下不断开拓海内外市场。今年6月，韩国文体部还提出到2027年“跻身全球文创四大强国”的愿景，为此，文体部向有关行业提供包括组建文创内容基金在内的政策融资，规模达1万亿韩元（约合人民币54.5亿元）。

韩国贸易协会表示，去年韩国文化产业出口规模约为133亿美元（即17.323万亿韩元），在总量上超过了家电（80亿美元）和纤维产品（123亿美元）的出口额，成为韩国出口贸易的重要组成部分。

图片来源：KCCEA

在偶像选秀和养成模式鼻祖的日本，即使目前没有达成像韩国一般的国际市场，但作为经济下行期的黄金赛道，同样达成了良好的经济效益。在不迎合全球市场风格的情况下，自身风格特色强烈的日本成为了全球第二大音乐市场，拥有成熟和极具特色的偶像产业。2021年，日本的偶像、动漫相关市场总规模高达4,300亿日元（约合人民币218.12亿元）。

庞大的粉丝群体也为偶像产业带来了更加多元的商业模式，无论是韩国还是日本的偶像产业，都拥有着涉足领域广泛的官方周边产品。

除了应援物这类必备追星道具外，其他官方周边品类也都应有尽有。韩国的偶像周边领域扩大到文具、手办、信封信纸等更广泛的衍生品行业之中。而在日本，偶像周边不仅有较为常规的明信片等产品，扇子、立牌、纸胶带、T恤等官方产品同样大受欢迎，被粉丝调侃“跟百货商店似的”。