

2024成都文创展、中国（西部）文化用品商品交易会（CSF西部文化会）

产品名称	2024成都文创展、中国（西部）文化用品商品交易会（CSF西部文化会）
公司名称	暄日策划
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市奉贤区海坤路1号1幢（住所）
联系电话	17867946664 13917986994

产品详情

中国（西部）文化用品商品交易会（CSF西部文化会）

2024年11月1-3日

成都世纪城新国际会展中心

文创行业发展概述

2023年中国文化用品商品交易会（简称“CSF文化会”）中文创产品占比已达14%，同比增加6.5%，文创产品规模不断增长；

文创行业呈现从保护传统文化到商业化、艺术化再到数字化的发展态势，直观反映了社会经济和技术发展的趋势和需求。

文创行业消费者洞察

95.5%的受调人群对文创产品具有购买兴趣，收藏摆设、日常使用是占比最高的购买用途；

00后女性是文创消费主力军，二、三线及以下城市消费者占据重要比例，行业下沉市场发展空间明显；

个人兴趣爱好以及联名周边产品热度驱动文创产品购买潮。

文创案例分析

故宫文创：用七年时间实现“名利双收”，文创收入CAGR达20.1%；

红山动物园：通过文创产品与游客形成强情感链接，助力动物园从“门票经济”向“文创经济”转型。

文创行业未来展望

文创产品正在成为文化传承和情感、理念表达的重要载体；

技术赋能，虚实结合，推动文创行业实现变革升级；

“谷子”正在成为文创产品行业硬通货，小而美的圈层文化或是行业未来主流模式。

文创产品指以文化和创意为核心，结合艺术、科技等元素的商品或服务。

文创产品通常依托文化资源，兼具独特性、艺术性、实用性和市场价值，涵盖设计、制造、营销等各个环节，能够传递和表达某种文化价值观念、历史记忆、审美理念等内涵。

Mob研究院整理绘制

代际更迭，文创产品走向个性化、定制化、数字化、体验式消费。文创产品正在成为人们生活的一部分，其发展代际呈现出从保护传统文化到商业化、艺术化再到数字化的发展态势，直观反映了社会经济和技术发展的趋势和需求。

Mob研究院整理绘制

从总体趋势来看，全国文化及相关产业发展态势稳步向上，文化办公用品业态逐步转型升级；数字技术的发展，加速传统文具概念更新拓展，文创产品市场规模不断扩大，市场潜力巨大。

中国文创产品行业有三大亮点：国潮风起，非遗焕新，文旅正当时。国潮崛起是民族自信提升的具象化体现，非遗是文化传承的媒介、文旅是文化传播的渠道，三者积极开拓文创产品市场，对弘扬中华文明、凝聚思想共识具有正向激励作用。

国潮+文创

背靠底蕴深厚的中国文化历史，打造人格化IP品牌

IP联名推动“国潮+文创”消费日益分众化

国潮文创在餐饮、美妆、电子科技类品牌全面开花

背靠底蕴深厚的中国文化历史，打造人格化IP品牌

热门联名IP包括：故宫、三星堆、敦煌、wangzhe荣耀等

联名频率较高的国产品牌：完美日记、名创优品、三只松鼠等

非遗+文创

非遗传承保护模式实现新突破，文创产品实现传承人、商家与消费者的“生态共创”

电商助力“非遗+文创”产品走向大众化

生产端：非遗传承，带动乡村产业振兴

背靠底蕴深厚的中国文化历史，打造人格化IP品牌

消费端：非遗以文创形式进入日常生活

90后、00后正成非遗文化商品消费主力

文旅+文创

短视频营销推动“文旅+文创”花式出圈

在依托高端价值链的文化创意产业的带动下，旅游业也将融入新的知识密集型发展空间

将创意旅游活动与地方文化和城市营销活动相结合，弥补了传统文化旅游开发和创造的不足

国潮、非遗、文旅正相互影响、相互促进。国潮崛起是非遗和文旅爆火必备条件之一，非遗为国潮提供丰厚的内容基础，而文旅的传播力和普及度助推国潮热。“+文创”成三者共识：促进文化价值与产业价值统一，打造具有影响力的文化符号。

与此同时，中国文创产品行业正与数字时代同频共振，释放文化、经济与社会价值。近年来，中国文创产品在品质和设计上显著提升，与guojipinpai的距离逐渐拉近，这主要得益于政策支持、居民收入提升、市场需求释放、技术进步、文化自信、国货崛起等因素。

中国（西部）文化用品商品交易会（CSF西部文化会）

2024年11月1-3日

成都世纪城新国际会展中心

中国（西部）文化用品商品交易会（简称“CSF西部文化会”）是由CSF文化会主办方高百赢展览（上海）有限公司于2024年新推出的展会，是CSF文化会的重要发展和延伸。2024CSF西部文化会在四川成都举办，立足和面向整个西部，服务文化和办公用品企业拓展西部广阔市场，联通一带一路。