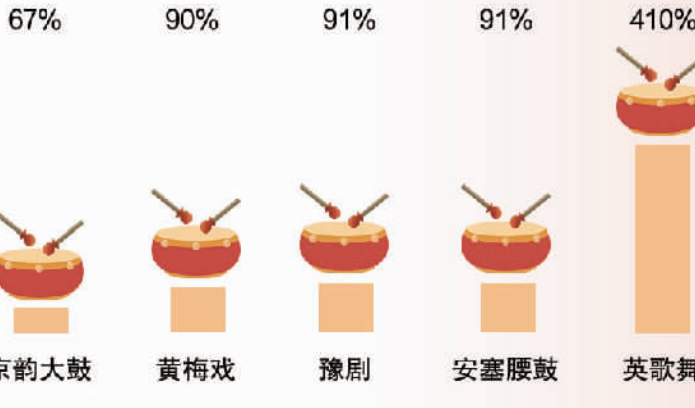


在这里读懂中国消费

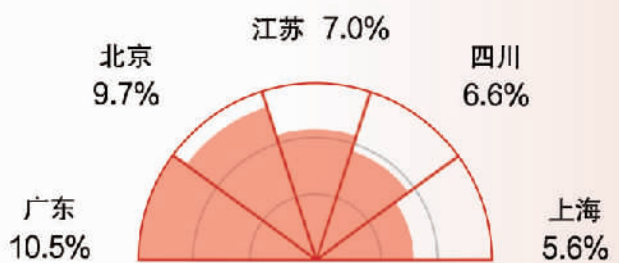


音乐戏曲及传统活动类消费

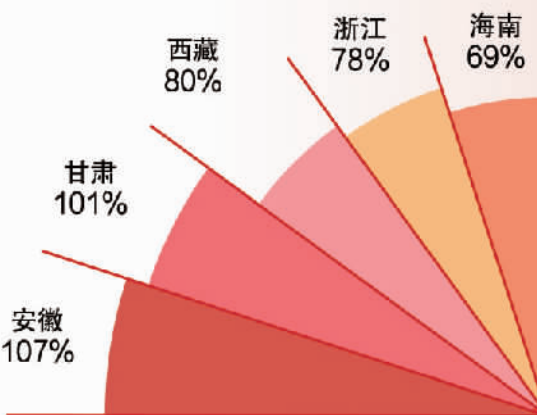
搜索量同比增长较快产品



音乐戏曲及传统活动类关联产品销量占比TOP5省份



音乐戏曲及传统活动类关联产品销量同比增长较快省份

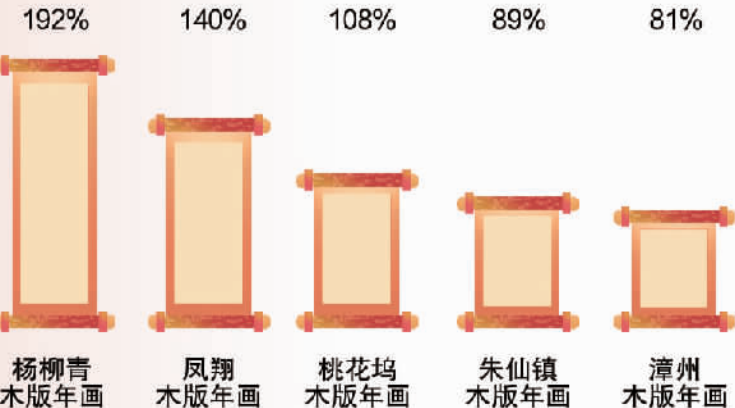


随着群众文化消费意识提高，音乐戏曲类非遗产品市场规模持续扩大。其中，年轻消费者逐渐成为音乐戏曲类非遗产品主要消费群体。他们不仅对传统戏曲文化怀有浓厚兴趣，还更加注重产品的创新和多样性，并推动了音乐戏曲类非遗产品的创新和升级。

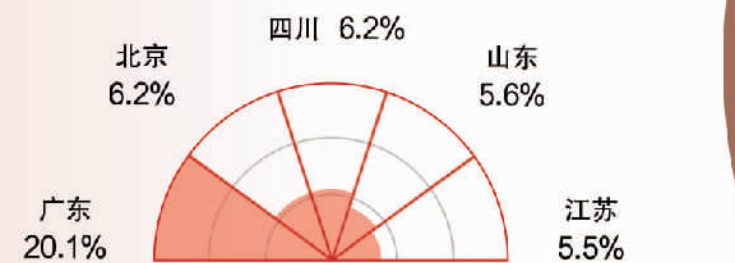
非遗瑰宝焕发生机

年画消费

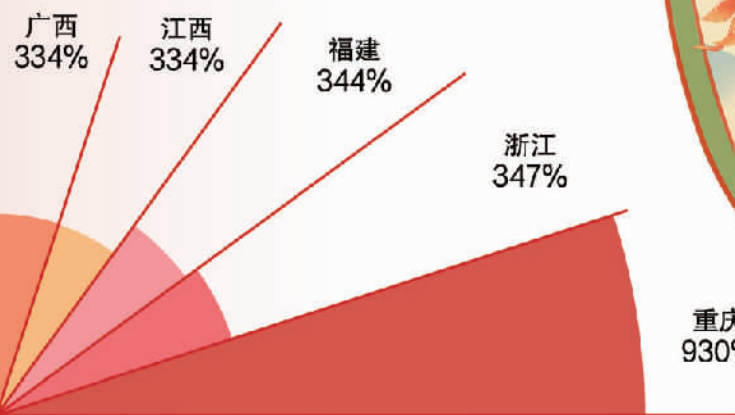
搜索量同比增长较快产品



年画销量占比TOP5省份

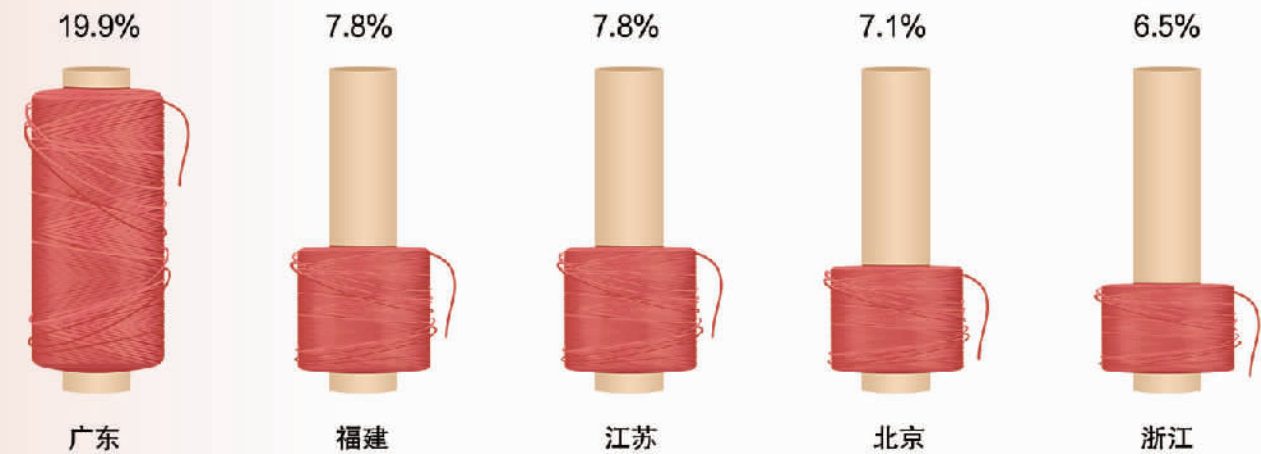


年画销量同比增长较快省份

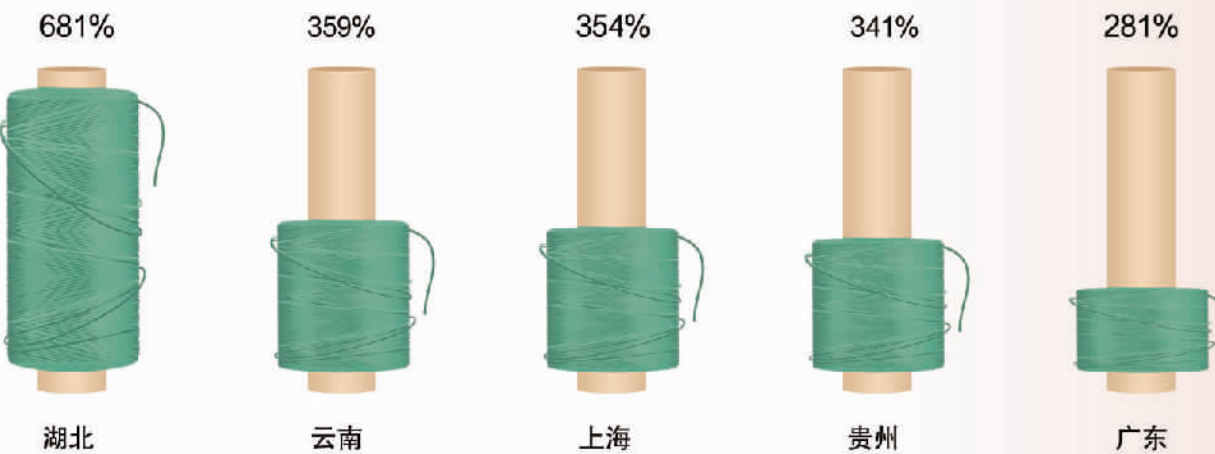


绣品消费

绣品类关联产品销量占比TOP5省份



绣品类关联产品销量同比增长较快省份



搜索量同比增长较快产品



说数

创意十足的木版年画、火遍全网的潮汕英歌舞、古韵十足的刺绣佳品……非遗元素正掀起各地消费新浪潮。当前，我国拥有10万余项各级非遗代表性项目，这些传统瑰宝如繁星般璀璨。但是，如何让这些传统技艺重新焕发生机、吸金吸睛，既是文化命题，也是一道商业考题。

创新才能实现非遗迭代升级。一方面，要在产品创新上下功夫。非遗产品作为一种展现传统文化的载体，不能固步自封，而是要加快与时尚、文创、影视等领域的跨界合作，把非遗特色与现代设计融会贯通，开发兼具文化价值和现代审美的产品，让非遗融入现代生活。

另一方面，要在产品体验和消费模式上加快创新。利用VR、AR等技术，打造沉浸式非遗体验，让消费者能够通过更便捷的数字化方式感受非遗魅力。同时，在销售模式上要勇于触网，通过电商平台和直播带货等新模式，推广非遗产品，拓展消费新渠道。

平台与直播带货等新模式，推广非遗产品，拓展消费新渠道。

非遗“上新”，才能赋予非遗产品消费勃勃生机。随着年轻消费群体逐渐成为消费主力，如何吸引年轻人的关注成为非遗产品消费的关键。因此，要在非遗产品推陈出新上做文章，用符合年轻人审美的新产品，增强其对传统文化的认同和喜爱。此外，非遗代表性传承人及相关品牌还要重视服务“上新”，特别是随着消费者对个性化、定制化的非遗产品需求增加，提供定制服务已成为满足消费者对独特性和个性化追求的新路径。

总体来看，非遗消费趋势呈现出增长迅速、群体年轻化、渠道多样化、注重文化体验等特点。面对机遇与挑战并存的局面，需要政府、企业和消费者共同努力推动非遗的传承与发展。



数据周期：2025年1月