

在这里读懂中国消费



文创产品新意十足

1 文创产品消费情况

不同性别消费者的文创产品成交量占比

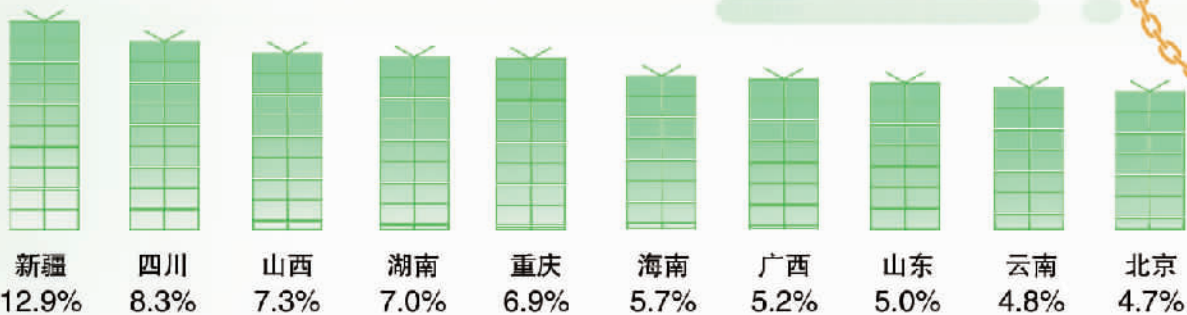


相关数据显示，2024年，中国文创产业增加值已超3万亿元；预计2025年突破5万亿元，年复合增长率达15%以上。新消费品牌竞相入局打造新IP，通过文化和创意的持续挖掘，“花式”文创不断激发消费新活力。

各省份博物馆文创产品成交量同比增长TOP10

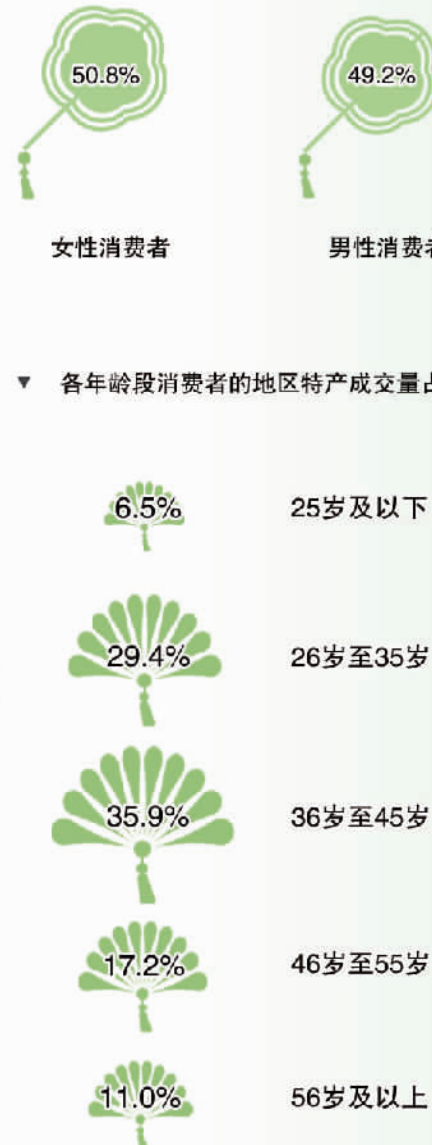


地区特产成交量占比TOP10省份



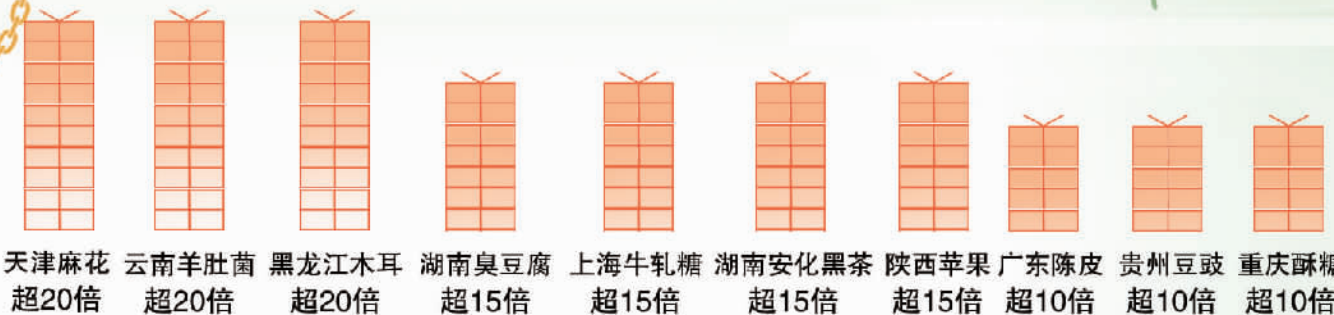
2 地区特产消费情况

不同性别消费者的地区特产成交量占比

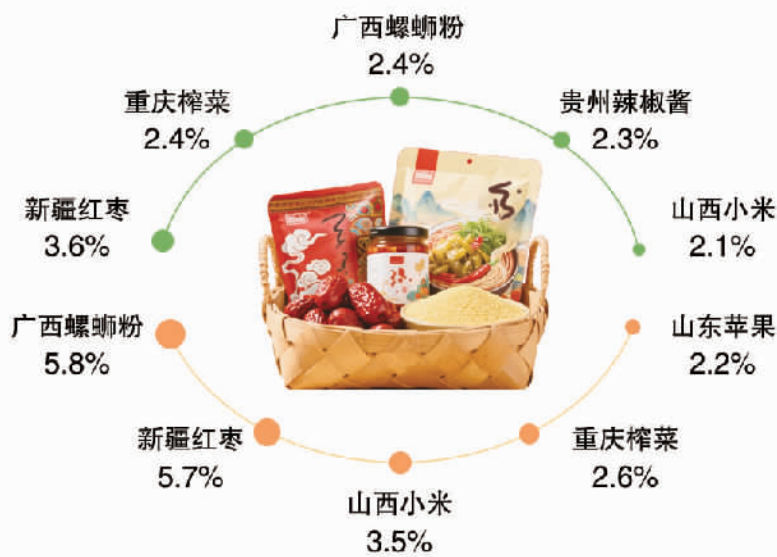


除了文创产品，地区特产也是重要的文旅商品之一。随着文化和旅游发展，越来越多地方特产开始走出小天地，迈向全国大市场。接下来，各地还要在打造地区特色产品品牌影响力方面做文章，打通线上线下渠道，实现地区特产全国销售。

地区特产成交量同比增长TOP10品类



男性消费者青睐的地区特产（成交量占比）



女性消费者青睐的地区特产（成交量占比）

说数

要问现在旅游观光时必买的新潮特产，文创产品一定是热门选项。故宫日历、天官藻井冰箱贴等成为爆款，传统文化以美的形式焕发新生，深受年轻人喜爱。

数据显示，近期，文创产品成交量同比增长前5位的类别分别为日历、冰箱贴、徽章、书签和摆件。其中，日历和冰箱贴成交量同比增长均超10倍。文创产品成为连接历史与现代、文化与生活的纽带，拉近了消费者和旅游景区之间的距离。

文创产品“走心”，文化是底蕴。文创热和文博热相互促进。网友说，文创店已经成为博物馆的最后一个展厅。牌匾、画卷、青铜器等各大博物馆的镇馆之宝，化身成为冰箱贴、钥匙扣等产品，让观众把文物的历史文化价值带回家。河北、山西的博物馆文创产品成交量同比增长超10倍。中国国家博物馆凤冠冰箱贴累计销量突破100万件，形成覆盖设计、生产、营销等环节的文创产业链，实现了社会效益和经济效益双赢。

文创产品“走新”，创意是灵魂。文创产品告别单一形式，结合当下流行趋势，以充满巧思的设计，成为富含文化内涵又能提供情绪价值的新型纪念品。例如，冰箱贴运用AR技术，扫码就可以看到高清的动态文物展示，实现文物、文创和数字化的融合。文创解锁盲盒玩法，衍生出考古盲盒、非遗盲盒等，互动感拉满。文创产品策划运营师也成为人社部认可的新职业，映射出文创行业发展的活力。

文创产品作为文化传承与创新的流行载体，为消费者带来独特的文化体验。未来，文创产品要继续深耕文化内涵，精准把握市场需求。不能只是简单将文化元素印在普通商品上，而是要深度挖掘文化的创意表达，避免产品同质化。同时，加强知识产权保护工作，打击盗版和抄袭现象，激发原创者的积极性，让文创产业新品不断、新意十足。



数据周期：
2025年1月1日
至5月12日

更多内容 扫码观看