



非遗正当潮

F e i Y i Z h e n g D a n g C h a o

 快手 |  磁力引擎



目录

M u L u

01

/

文化背景



传承不守旧
创新不忘本

02

/

项目策略



乘势破局
打造多元文化盛宴

03

/

项目玩法



明星打call
授权联名
定制TVC



第壹章

文化背景

/ 01 /

Yi Zhang

非遗 · 历史积淀



1964年

联合国教科文组织在法国巴黎举办第一届国际文化遗产大会，正式确立了文化遗产的概念

1986年

中国国家文物局成立了“中国民间文化遗产保护中心”，开始对非物质文化遗产进行系统的调查、登记和保护工作

2021年

文化和旅游部印发《“十四五”非物质文化遗产保护规划》提出“完善非遗代表性传承人名录体系”工作任务

壹

20世纪50年代

联合国教科文组织(UNESCO)提出了“保护文化多样性”的概念，非物质文化遗产作为保护的重点之一

贰

1983年

联合国教科文组织又颁布了《保护非物质文化遗产公约》，将非物质文化遗产的范围进一步扩大，并明确了保护非物质文化遗产具体措施

叁

肆

1991年

中国政府将非物质文化遗产列入国家级非物质文化遗产名录，成为中国非物质文化遗产保护的重要标志。

伍

陆

中国的非遗项目已经超过了5000项，其中包括口头传统和表演艺术、社会实践、习俗礼仪、有关自然界和宇宙的知识与实践等多个方面。

非遗·文化传承

42项

中国已被列入“联合国教科文组织非物质文化遗产名录”数量位居世界第一

3063人

国家级非物质文化遗产代表性项目代表性传承人

1557项

国务院共公布国家级非物质文化遗产代表性项目名录

2022年12月12日 习近平总书记对非物质文化遗产保护工作作出重要指示强调

扎实做好非物质文化遗产的系统性保护，推动中华文化更好走向世界

非遗·文化认同

非遗“流动的文脉，传承的薪火”



非遗旅游街



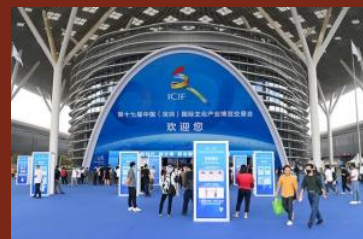
非遗舞剧《咏春》



全国非遗曲艺周



文化和自然遗产日



深圳文博会

全国最受欢迎的国家级非遗

- TOP1-相声
- TOP2-黄梅戏
- TOP3-柳州螺狮粉制作工艺
- TOP4-京剧
- TOP5-豫剧
- TOP6-越剧
- TOP7-象棋
- TOP8-狮舞
- TOP9烤全羊技艺
- TOP10-秧歌

非遗·破圈而立

创新“非遗+”多元业态

随着中华优秀传统文化的复兴，非物质文化遗产在传承和创新拉起了一个亿万级的市场。非遗的潜在文化价值和消费价值与日俱增，从多角度找到传统文化与现代生活的连接点，而年轻化正是非遗破局的前进方向。

非遗+奥运



2022北京冬奥吉祥物“雪容融”的设计融入国家级非遗：北京灯彩

非遗+电竞



CS:GO音乐盒上线秦腔《花脸》
电竞让非遗「潮」起来

非遗+盲盒



国风文创手办盲盒，让“面人”
走向潮流

非遗+综艺



《非遗里的中国》：用非遗文化
点亮现代生活

非遗·焕发新生

非遗在快手的新生土壤

传统文化主播
超**15.5万人**
平均每天超过**4万**
传统文化主播开播
非遗产品
通过快手销往全国

“文化和自然遗产日”
联动线上直播+线下展
演，**文旅局长、明星艺人、快手站内创作者**为家乡非遗打call，带动各城市文旅产业发展

快手覆盖**1535项**
非遗项目
非遗项目覆盖率达
98.6%
非遗兴趣用户总数
达到**2.06亿**

新市井匠人匡扶计划
为优质非遗创作者提供
更多曝光和变现机会，
2022年快手上收益创作者
获得者 总收入同比增幅达**40.6%**

2022年快手与河南卫视
合作的国潮盛典让**非遗**
技术与传统文化发
生商业碰撞，传统内
容爆发新商机



第貳章

项目策略

/ 02 /

Er Zhang

非遗·项目立意

打造综合、多元化文化盛宴

历史与传统的传承

非遗背后蕴藏的历史和传统的传承，重温先人智慧，让传统文化得以延续

文化教育与普及

为公众提供一个亲身体验非遗的机会，普及非遗文化知识，提高人们文化素养

跨界融合与创新

邀请不同领域艺术家、学者、设计师等结合非遗，共同探索跨界融合的可能性

商业机会与合作

通过跨界合作探索非遗在商业领域的应用和价值，为非遗提供更多支持和资源

社会影响与责任

强调非遗文化在社会建设中的重要作用，使非遗成为推动社会进步的力量。

文化碰撞与创新

尊重传统，结合现代元素和非遗产生有趣的碰撞与融合，创造新的文化体验。

非遗·栏目策略

唤醒历史记忆，觉醒新生力量
从文化保护到传承发展，打造非遗文化浪潮

非遗正当潮

多元化展现非遗文化多样性，实现品牌文化与用户的情感链接
快手磁力引擎打通中国非物质文化遗产保护协会政府资源，拉动新华社传统媒体助力

以新国潮消费为背景，打造多元文化盛宴

联动跨界品牌以关注非遗文化为核心，深挖中国品牌的文化价值

助力中国品牌在新消费阵地长足发展，为社会带来更多的文化价值和影响力

非遗·项目亮点

政府支持 立高度

中国非物质文化遗产保护协会鼎力支持，邀请国家级非遗文化大师加入栏目

明星造势 扩广度

拟邀多位达人作为“非遗文化守护官”，充分借助明星流量为栏目造势

形式创新 存温度

线上达人直播、线下主题快闪店实现全面联动，和粉丝共创品牌联名文创



第叁章

项目规划

/ 03 /

San Zhang

预热期

官方海报发布

站内多入口预热
魔表挑战赛，话题挑战
赛等

引爆期

【非遗正当潮】
精品内容短片上线

达人、匠人品牌专场直播
非遗线下展览快闪店开启

长尾沉淀

收官宣传/活动战报
达人素材复投
品牌持续自传播

非遗匠人/作品授权合作，品牌投入多个营销场景，素材复投二次传播破圈
站内话题上线，品牌征集赛开启，打造非遗+国潮品牌营销话题，号召用户参与和品牌互动

三大核心玩法深挖非遗文化和品牌价值，全方位提升品牌形象

非遗创新传承

系列非遗精品短片
传递中国文化瑰宝

达人品牌直播专场

达人品牌定制直播
专场，感受非遗的
力量

非遗展览线下快闪店

线下小型展览事件
扩大品牌产品联名影
响力



非遗传承文明，感受非遗的力量 系列精品内容短片，打造品牌新声量

拟邀1位达人担任每期主题的非遗守护者与体验馆，
拜访国家级非遗传承人，
体验非遗文化，为品牌营销定制主题内容

打造

快手首个非遗创新栏目，以品牌卖点为出发点，定制精品内容主题，让品牌与非遗文化更好的结合，迅速出圈

产出

3支3min精品短片，达人切身实际体验与非遗创新碰撞为主，以视、触、听为选项，每期寻找一个非遗项目

创意

探访非遗项目文化、技艺和传承痛点，与非遗传人共同探讨品牌联名款文创产品，让非遗焕发出崭新生命力。



目前为止，国家级非物质文化遗产代表性项目名录1557项 其中，能让我们的眼睛得到极大满足的项目也数不胜数，无论是绚丽的表演还是精美的手工艺品，都是一场文化和视觉上的盛宴。

《“95后”面塑传承人的坚守与创新》



国家级非物质文化遗产代表性传承人
郎佳子彧

《一生守护景泰蓝，是我对大师们的承诺》



国家级非物质文化遗产景泰蓝制作技艺代表性传承人
钟连盛

在非遗传承中，如何用老手艺新样态赋能城市打造出新文化和新特色？千百年练就的老手艺，在现代社会如何玩出新花样？是我们一直探寻的方向。

《绣场弄“潮”儿》



非遗项目潮绣国家级传承人
康惠芳

《天下第一灯会》



非遗项目秦淮灯彩国家级非遗传承人
顾业亮

当今的中国音乐有着丰厚的历史资源和民间传统资源，是活着的传统文化。其中很多传统音乐都被列入国家级非物质文化遗产名单，以期更好的保护和传承。在这里，能听见中国绵长的历史流淌的声音，也能遇见新的中国声音、展现中国态度。

昆曲《牡丹亭·游园》



人类非物质文化遗产国家级代表性传承人
石小梅

《中国音乐活化石》



国家级非物质文化遗产智化寺京音乐代表性传承人
胡庆学

单期推演-《面人总动员》

面人总动员——“面塑里的世界很大，欢迎大家跟我一起探索”
由明星和传承人一起出镜演绎，活灵活现的展现面塑人的世界~



脚本
demo

开场，由明星艺人拜访郎佳子彧，由传承人解读面塑历史，在参观主题为【面塑除夕团圆夜】展览区时触发某一个按钮，使在场的面塑全部复活

画面转场面开始混乱，在这个过程中艺人与面塑斗志斗勇，了解后才知道传承人在制作过程中少了一些道具辅助，因此导致面塑慌乱

镜头调转，郎佳子彧开始演示面塑手艺，补充缺少的东西。此出可以植入品牌定制产品。如王老吉、可乐等。最终完成面塑的除夕夜大团圆。

注：资源仅为demo展示，具体以执行为准

拟定快手达人

拟邀请3位“非遗体验官”达人，感受非遗的魅力，为打造精品TVC传播助力
同时拟定1位达人为直播mc，把控直播节奏，带动话题流量，



银匠雪儿·山呷呷（快手80.7w粉丝）



胡米米的随手一做(快手158.2W粉丝)



九月(快手465.9W粉丝)



夏天美美噢(快手 273.9W粉丝)



房琪 Kiki（快手565.4W粉丝）

拟定明星艺人（成本需单独核算非必选项）

升级拟邀“非遗守护官” 体验非遗的魅力，并为节目造势打call



陈都灵



宝石老舅



阿朵



赵丽颖



陈数



黄明昊

*以上嘉宾均以拟邀，具体以实际执行为准

达人【非遗正当潮】品牌定制直播专场

- 非遗正当潮，我们将两千多年历史的古老记忆结合品牌元素，携手非遗传承人、快手达人/明星以弘扬优秀传统文化与多方位展现品牌互动为核心带动文化消费。
- 达人（明星）+非遗传承人作客品牌官号直播，将所有流量引入客户自身账号，沉淀人群数据。围绕直播间背景打造「非遗正当潮」主题直播间。



03 / 直播权益

达人短视频预热

- 达人发布: 达人自行拍摄一条趣味预热短视频, 告知活动 时间和相关信息, 带活动话题+@品牌, 并带客户口播权益

达人非遗直播

- 达人作客品牌直播间2小时
(品牌可提前开播, 也可在达人离开继续直播, 充分利用流量)

达人/非遗传承人授权

- 可沟通达人/非遗传承人内容卡段延续传播授权 (根据客户意向辅助定向沟通)

03 / 线下展览

非遗线下展览快闪店

打造线下快闪店，沉浸式参展体验传统文化魅力



例如前门、龙顺成非遗博物馆院落

*内容仅为拟定，最终以实际情况执行

03 /其他亮点资源



北京东城区
文旅局

非遗资源支持
联合共创



非物质文化
遗产协会

全国非遗资源
支持



新华社

项目合作
全网资源置顶

品牌信息与非遗传承深度结合

用传承故事点+剧情呈现，承载品牌传播诉求

- 定制【非遗x品牌】潮品计划 品牌传播最大化

计划不受时间空间限制，强势贴合品牌特性，高匹配度最大化品牌传播诉求

- 匠心传递剧情 品牌形象深入人心

将品牌核心价值与理念深度植入非遗故事，在传承中输出品牌核心价值观

- 品牌推动非遗发扬光大 触发社会关注度

品牌成为非遗传承中画龙点睛的那一笔，看点与泪点随之而来引发社会传播热点

- 产品绑定非遗传承人，正能量传递情感

品牌与嘉宾巧妙融合，打造角色点位，让观众爱上传承也爱上品牌



非遗正当潮，深度传播品牌价值理念

结合品类丰富的非遗项目
根据不同地域，不同季节、不同节日的诉求打造品牌专属场景

打破传统旧俗 注入新势力量强化品牌记忆

- 打破老一辈陈旧框架束缚的观念
- 为品牌定制专属主题非遗传承项目
- 结合品牌理念，用新技艺强化用户对品牌的记忆

多元守护非遗场景 满足不同品牌植入需求

- 真人秀场景、非遗工作室等场景
- 可与品牌携手改造专属场景植入
- 明星与非遗传承人在特定场景中与产品自然互动
- 真实触发产品优势亮点

商务品类合作示意

汽车行业植入

- 拟定文案：匠人初心，古老艺术与现代工业结合，非遗传承在路上，（品牌名）给你新的定义
- 植入场景：匠心联通
- 通过非遗传承人的视角和故事，探寻汽车工业，匠心独具的故事。



美妆品类植入

- 拟定文案：非遗引领东方美学，让千载非遗出“彩”！
- 植入场景：让千载非遗出“彩”
- 非遗元素用设计衍生化妆品



服装品类植入

- 拟定文案：时尚弄“潮”儿，
- 植入场景：非遗手工艺书写品牌新密码
- 明星与非遗传承人体验制作潮绣，打造出独具特色和辨识度的衍生的时尚单品。



手机品类植入

- 拟定文案：用（品牌名）记录非遗，致敬时代
- 植入场景：掀起非遗复兴新浪潮
- 手机品牌记录非遗传承人制作过程，拍下这一刻，用科技传承非遗文脉



A decorative red ribbon flows across the top of the page, with intricate floral and bird motifs in the corners. The main text is centered below the ribbon.

谢谢观赏

X i e X i e G u a n S h a n g

感 谢 阅 读 ， 期 待 合 作