

博物馆文创玩跨界玩得越来越溜

中外博物馆文创大比拼

博物馆文创发展大事记



文博文创
是2019年文化产业
十大关键词之一

- 淘宝天猫上博物馆旗舰店全年累计访问16亿人次是全国博物馆接待游客数量的15倍
- 博物馆文创市场整体规模相比2017年增长了3倍
- 购买过博物馆文创产品的消费者数量近900万相比2017年增长超4倍

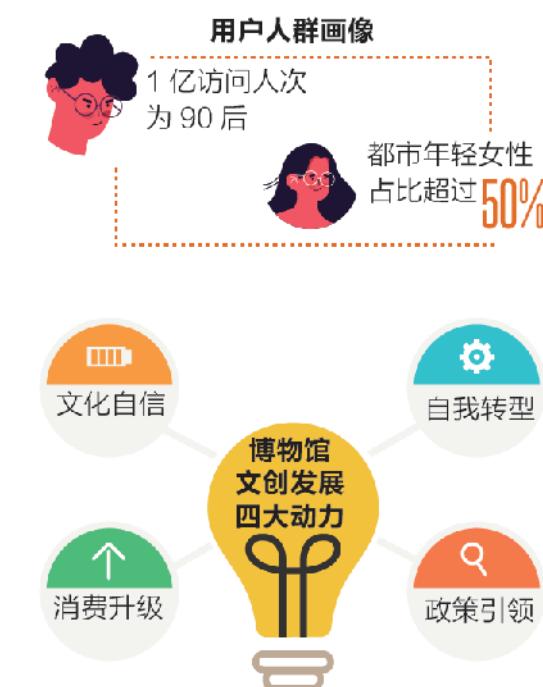
加速破圈，跨界合作助力博物馆“活化”

随着博物馆文创产业发展进入井喷期，同质化现象也趋向严重。消费者对于传统模式下馆藏文物复刻商品也已经产生审美疲劳，在新的经济发展环境下，消费者更注重产品的内涵与创意性，于是博物馆文创也加速上演了“跨界合作热”。

《新文创消费趋势报告》显示，跨界衍生品在整体文创产品的市场份额高达72%，换算来说，博物馆跨界衍生品的规模是博物馆自营产品的3倍。从去年淘宝天猫消费者的购买数据来看，2019年最受欢迎的博物馆文创产品前三名分别为故宫口红、江南四大才子春茶和中国探月计划棒棒糖。其中故宫口红套装去年年底推出后马上被抢购一空，部分单支口红发货时间延迟到几个月之后；在天猫推动下，中国探月计划棒棒糖从创意到上架仅用了不到30天，上线当天就卖了10万份；受欢迎程度可见一斑。

此外，从博物馆文创产品热销类型统计来看，家居日用、文化娱乐用品仍是博物馆自营文创用品核心行业，占比超过80%，其中“乾隆”“梵高”“甄嬛”和“唐伯虎”等文化IP脱颖而出，延伸出的书签、日历、邮票等小巧实用的生活用品大卖，这些人物也成为了文创圈内名副其实的“带货王”。

“多元和包容”是今年国际博物馆日的主题，这也一



“老大哥”故宫博物院

目前共有24家博物馆入驻天猫，其中故宫一家开设了6家店铺。“博物馆线上富豪榜”中，故宫博物院以2.42亿元的销售额位列第一，是第二名的7.7倍。

线上销售额TOP 3 (万元)

故宫博物院	24205
中国国家博物馆	3131.5
大英博物馆	1734.6

- 故宫博物院的文创产品共有万余种
- 2017年为故宫带来15亿元的收入

跨界文化IP大热，看看谁是“带货王”

博物馆跨界衍生品的规模是博物馆自营产品的3倍

博物馆自营文创用品中
家居日用、文化娱乐用品
两项占比超过

80%

博物馆文创跨界的N种玩法



“人物带货”头部流量



2019年
最受欢迎的
博物馆文创产品

■ 数据来源：清华大学
文化经济研究院和天猫
联合发布的《2019博物
馆文创产品市场数据报
告》；《中国文化产业年
度发展报告2020》；国
家文物局；前瞻产业研
究院，天眼查专业版



常逛博物馆文创
找寻属于
你的宝藏单品！