

良渚文化 品牌合作手册

以世界遗产级文化资产，连接品牌产品、内容、空间与消费场景

文创品牌及IP授权合作 | A4



为什么品牌值得选择良渚文化IP

文化高度

良渚文化是中华五千多年文明史的重要标识，具备世界遗产、文明圣地、国家平台的多重价值背书，可为品牌提供高识别度与高信任度的文化原点。

品牌可用

商业转译

从玉礼文明、神徽纹样、良渚色彩，到遗址空间与文旅体验，良渚IP可转译为产品设计、礼盒包装、内容传播、线下活动与渠道资产。

已有验证

市场基础

良渚文创已形成“良渚+”品牌生态矩阵，覆盖多品类、多渠道与多合作模式，具备持续推出标杆产品的市场验证。

合作目标

不是简单贴标，而是把良渚文化的权威叙事、视觉资产与当代消费需求结合起来，为品牌提供可传播、可开发、可销售、可沉淀的文化合作方案。



中华五千多年文明史的重要标识

良渚文化

良渚文化是新石器时代晚期中国长江下游环太湖流域的一支考古学文化，距今约5300年—4300年，是迄今发现的中华大地上最早的国家文明，也是东亚地区最早的文明遗迹。

良渚古城遗址

作为良渚文化的权力与信仰中心，良渚古城遗址于2019年7月6日成功列入《世界遗产名录》，在世界范围内为中华五千多年文明史树立了重要标识，被誉为“实证中华五千年文明史的圣地”。

5300+

距今年代

约5300年—4300年

2019

列入世遗

列入《世界遗产名录》

1+3

展示格局

博物院联动三大遗址公园



良渚博物院联动三大遗址公园

核心窗口

良渚博物院

集收藏、研究、展示和宣传良渚文化功能为一体的考古遗址博物馆，全面、立体、真实地展示良渚文化的文化面貌和遗产价值。

遗址现场

良渚古城遗址公园

良渚古城遗址厚重历史文化最典型、最直接的物质载体，是体验和感悟中华五千多年文明的重要场所。

礼制与祭坛

瑶山遗址公园

依托自然山丘而建，是祭坛和高等级墓地组成的复合遗址，为礼制、信仰与社会结构提供展示维度。

水利系统

老虎岭遗址公园

目前良渚古城遗址唯一一处向公众展示水利系统剖面结构的遗址点，呈现早期大型水利工程文明。

品牌合作可连接的空间资产

遗址展示、博物馆内容、文化体验与活动空间，可为品牌提供从文化背书到线下触达的多层次合作场景；具体使用范围以双方正式确认和审批为准。



文物资源活态化传承的市场验证

“良渚+”品牌生态矩阵

良渚博物院深耕文物资源活态化传承，体系化推进品牌IP培育及载体，持续推出兼具亲民属性、精工品质、独特辨识度与市场竞争力的标杆文创产品。

11

覆盖品类

日用家居、贵金属等

800+

在线产品

约800余款

4亿+

销售规模

2025年总销售额突破

多项

行业荣誉

红点设计奖、“中国礼物”金奖等

对品牌的意义

良渚IP不是停留在文化展示层面的素材库，而是已经形成内容、设计、产品、渠道和传播的综合开发能力，可帮助品牌把文化价值转化为真实商品与用户体验。



从文化资本到经济资本

IP RESOURCE DEVELOPMENT

IP资源开发

良渚博物院IP资源授权工作通过特定品类授权、联合开发、跨界联名等方式，开发了系列“文化资本”向“经济资本”转化的经典案例，推动文化价值与商业价值的有效协同。

BRAND POSITION

品牌定位

良渚文化品牌以“世界遗产、文明圣地、国家平台”为战略基点，秉持“活化文化遗产，赋能当代生活”的使命担当，聚焦“五千年中国看良渚”的叙事主线。

COOPERATION

合作方向

围绕产品授权、合作开发、联名推广等方式，将良渚文化的权威性、审美系统和内容资产导入品牌新品、礼赠、渠道、活动与传播项目。



清晰的品牌体系与知识产权保护基础

知识产权保护基础

为保障品牌IP规范发展与知识产权保护，良渚已搭建层次清晰、覆盖广泛的三级分众化品牌体系，累计完成600余件作品的标准化确权。

一级品牌 | 良渚文化

作为总品牌，传递鲜明的世界遗产标识与文明叙事。

二级品牌 | 良渚博物院 / 良渚古城

代表文化展示、文旅体验和遗址现场的重要展示窗口。

三级品牌 | 多元化子品牌

面向不同生活场景，实现文化内容与市场表达的顺畅衔接。



良渚色彩资源库

COLOR SYSTEM

良渚色彩资源库

完整呈现良渚文化色彩系统研究成果，包含1100余组色彩数据、396种良渚特有颜色、8个良渚核心色、39个良渚原创色名，降低跨领域品牌开发的学术门槛，提升开发效率。

1100+

色彩数据

396

特有颜色

8

核心色

39

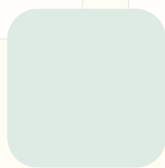
原创色名



璧青



玉绿



浅玉



琮黄



玉沁



良渚纹样基因库

PATTERN SYSTEM

良渚纹样基因库

经科学系统性梳理、标准化提取与数字化建档的良渚纹样专有矢量数据库。近百组良渚纹样数据均包含器型图、器型展开图、线稿、色板、单体纹样、高清图片、纹样属性信息等全套信息。

纹样数据内容

- 1 器型图与器型展开图
- 2 线稿、色板与单体纹样
- 3 高清图片与纹样属性信息

支持开发环节

- 1 产品开发与包装设计
- 2 礼盒视觉与空间陈列
- 3 文创衍生与品牌传播

设计协同价值

素材资源库可帮助品牌在文化准确性、视觉一致性与设计效率之间取得平衡，减少“简单国潮化”或符号误用风险。



三类合作模型，适配不同品牌阶段

01

特定品类授权

开放特定品类版权授权，合作方依托良渚IP设计、生产与市场化运作，借力品牌影响力提升产品竞争力。代表案例：周大福贵金属品类独家IP授权。

02

联合开发

以双方资源整合、优势互补为基础，共同投入要素开展项目共创，实行风险共担、成果共享机制。代表案例：良渚玉器精灵系列盲盒、萌兽探琮毛绒盲盒。

03

跨界联名

以多品牌跨界协同开展市场运营为主，通过联名产品共创、品牌活动联动，实现客群互通与品牌势能叠加。代表案例：良渚文化 × 特步联名系列产品。



多元跨界形式让良渚IP与当代生活深度共鸣

贵金属

周大福贵金属品类独家IP授权

良渚博物院授予周大福贵金属品类独家IP授权，联合打造满足文化收藏价值和实用价值双重属性的良渚文化系列饰品。

联合开发

良渚玉器精灵 / 萌兽探琮

通过文物“萌化”“生活化”，完成从文化标识到萌符号的转译；相关系列产品荣获“文博会礼物·新锐奖”。

运动鞋服

良渚文化 × 特步

提取良渚文化核心视觉基因，将良渚标志性纹样和色彩融入青云2.0及跑服设计，创造兼具东方美学辨识度与专业运动性能的产品。

品牌联动

多品类跨界合作

良渚博物院积极联动各界优质品牌，先后与特步、甘之颐、塔牌黄酒、小糊涂仙、慕江南等品牌携手合作。



把文化符号转化为产品卖点与传播资产

| 文化资产 | 品牌可转译方向 | 适合表达 |
|-------------------|----------------------|-----------------|
| 玉礼文明 / 玉器系统 | 高端礼赠、珠宝饰品、护肤礼盒、收藏型产品 | 秩序感、仪式感、珍贵感 |
| 神徽 / 玉琮 / 玉璧 / 玉钺 | 包装主视觉、产品纹样、限定系列识别符号 | 文明标识、精神图腾、东方审美 |
| 水利文明 / 湿地稻作 | 饮品、食品、户外、环保与可持续主题 | 自然共生、治水智慧、生命力 |
| 良渚色彩 / 纹样基因库 | 产品CMF、礼盒、空间陈列、数字内容 | 统一视觉系统、降低开发门槛 |
| 博物院与遗址空间 | 发布会、快闪、文化体验、品牌内容拍摄 | 权威现场、沉浸体验、可传播事件 |

转译原则

以真实文化资产为起点，以品牌产品和消费场景为落点，让文化含义、视觉语言与商业目标形成清晰对应。



从产品到场景的合作切入

| 品牌类型 | 合作切入点 | 可形成的成果 |
|-------|------------------|-----------------|
| 美妆个护 | 玉礼审美、玉色体系、东方仪式感 | 限定礼盒、系列包装、内容传播 |
| 珠宝贵金属 | 玉器文明、礼制符号、收藏价值 | 饰品系列、证书故事、礼赠产品 |
| 食品饮料 | 湿地稻作、水利文明、节令礼赠 | 节庆礼盒、联名包装、渠道陈列 |
| 服饰运动 | 纹样基因、色彩系统、文化身份表达 | 鞋服图案、限定款、主题活动 |
| 家居文具 | 器型、纹样、文明生活方式 | 日用产品、办公礼赠、空间陈列 |
| 文旅活动 | 博物馆与遗址公园空间资源 | 体验活动、快闪、市集、内容共创 |



分层权益支持 + 年度奖励激励

良渚文化品牌合作权益清单

围绕“分层权益支持+年度奖励激励”的原则，构建并发布《良渚文化品牌合作权益清单》，精准提供差异化支持，以覆盖不同合作层级企业的需求。

权益政策

2026年良渚文创共创权益政策

推出2026年良渚文创共创权益政策，给予合作方更高礼遇、更优政策与更完整服务。

支持体系

全链条赋能

从官方活动受邀到自有空间使用，从官方渠道宣传到核心美学基因库开放，为合作项目提供多维支持。

| 权益方向 | 内容 |
|------|-----------|
| 活动礼遇 | 官方活动受邀 |
| 空间支持 | 自有空间使用 |
| 传播支持 | 官方渠道精准宣传 |
| 素材支持 | 核心美学基因库开放 |



从意向沟通到上市传播的项目闭环

01 初步沟通

明确品牌品类、合作目标、时间节奏与期望成果。

02 主题共创

围绕良渚文化资产与品牌产品场景，确定合作主题、产品方向和传播主线。

03 授权审核

按授权流程确认IP使用范围、设计规范、物料内容和渠道边界。

04 产品开发

推进设计打样、包装视觉、内容素材、渠道陈列与活动方案。

05 上市传播

结合官方活动、品牌渠道、内容传播与线下场景，形成可沉淀的合作资产。

合规说明

具体授权范围、称谓使用、官方标识、空间资源、传播渠道和销售边界，以双方正式合同及官方审核确认为准。



与良渚一起，把文明资产转化为当代品牌价值

良渚文化，是历史的厚重书卷，更是时代的鲜活IP。

CO-CREATION

面向社会广泛征集

良渚文创招募共创合作伙伴，面向优质企业、高校设计团队及个人征集文创合作意向与设计开发方案，共创兼具文化价值、时代特色与当代审美的文创产品。

JOIN THE PLAN

多元合作方式

欢迎以产品授权、合作开发、联名推广等多种方式加入共创计划，实现资源共享、产品共创、市场共拓、品牌共铸。

如需了解具体权益、授权范围与合作排期，可联系良渚文创项目团队进一步沟通。