



良渚文化 IP 授权

五千年文明源代码

MMXXVI

# 良渚

邀您续写传奇

*The Source Code of Five Thousand Years*

IP 授权合作介绍

杭州 · 良渚 · 2026



# 目录

CONTENTS

壹

良渚的文明坐标

THE SOURCE CODE OF CIVILIZATION

伍

产品示意参考

PRODUCT REFERENCES

贰

IP 内核价值引擎

THE CORE VALUE ENGINE

陆

合作模式

PARTNERSHIP MODELS

叁

IP 的赋能场景

EMPOWERMENT SCENARIOS

柒

联系方式

CONTACT

肆

合作案例

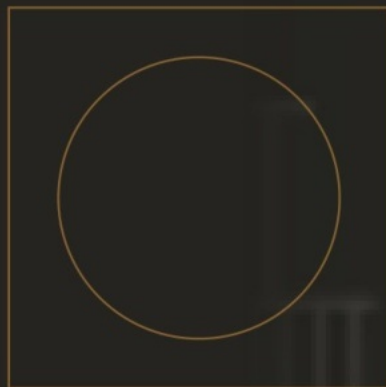
COLLABORATION CASES

壹

PART ONE

# 良渚的文明坐标

*The Source Code of Five Thousand Years*



—— 开篇陈述 · 瑶山祭坛

# 中华五千年文明， 从这里开始

标志着中华五千年文明史得到了国际社会的普遍认可。

这里是实证中华五千年文明史的圣地。2019年，良渚古城遗址被列入《世界遗产名录》，标志着中华五千年文明史得到了国际社会的普遍认可。

这里是东亚最早的国家形态，拥有中国最早的大型水利系统、发达的成熟稻作农业。

良渚，是中华文明诞生时的模样，  
是每一个中国人文化基因的底层代码。

# 世界遗产 · 中华文明起源

WORLD HERITAGE

良渚古城遗址，2019年正式列入《世界遗产名录》——标志着中华五千年文明史获得国际学界广泛认可。



良渚遗址是中华五千年文明史的实证，是世界文明的瑰宝。

—— 习近平

**5300**—4300 年前

具有统一信仰、以**稻作农业**为经济基础的区域性国家，分布于长江下游太湖流域

**300** 万平方米

中华第一城 —— 宫殿区、内城、外城三级结构

最早的堤坝系统

**取十** 的堤坝系统

中国迄今发现**最早的大型水利工程遗址**，世界上最早的堤坝系统之一

# 神王之国 · 文明开创性

WORLD HERITAGE

## 神王合一

玉琮、玉璧、玉钺构成完整的玉礼器体系，彰显神权与王权的统一，是中华文明多元一体格局的重要源头。

## 池中寺遗址

20余万公斤

出土炭化稻谷 20 多万公斤，是良渚时期国家级的粮食储备中心。

## 工艺高峰

良渚玉器制作技术高超，达到中国史前治玉水平的高峰，是新石器时代手工业技术的巅峰。

## 多功能水利系统

展现中国早期水利工程的科学性，是世界城市建设史上的杰作。



玉璧 · 礼天之器



良渚博物院 · 展厅内景

良渚文明，是物质文明与精神文明协同发展的杰出代表。

在中华文明 5000 年历史的文明谱系上，  
良渚代表的是国家文明起源。更是「创造」「秩序」与「人类智慧」  
的闪光跃升。

# 创造 | 秩序 | 人类智慧

THE FIRST GREAT AWAKENING

# 国家级战略的确定性加持

NATIONAL STRATEGY

## 01 国家最高领导人亲自倡议

2023年，国家主席习近平在「一带一路」国际合作高峰论坛上亲自宣布举办「良渚论坛」，并向首届论坛致贺信。使良渚上升为国家文化外交的核心名片。

「良渚论坛」已成功举办三届，累计吸引全球115个国家和地区的1300

## 03 全球文明对话的国家级平台

「良渚论坛」已成功举办三届，累计吸引全球115个国家和地区的1300余名嘉宾参加，成为中华文明与世界文明交流互鉴的固定国家级对话机制。

## 02 「十五五」国家规划正式纳入

2026年3月，「良渚论坛」被写入国家「十五五」规划纲要，明确要求「持续办好良渚论坛」。写入五年规划，意味着长达五年的确定性增长通道已经打开。

二期工程总建筑面积约6.5万平方米，已列入重要建设计划。

## 04 良渚博物院二期建设推进

二期工程总建筑面积约6.5万平方米重要建设计划。博物馆的物理扩容，标志着文化影响力的持续攀升。

从国家元首的亲自倡议，到写入「十五五」规划纲要——良渚正在从「文明圣地」进化为「文明对话的世界舞台」。

# 市场热度飙升——从「文明遗产」到「文化现象」

MARKET MOMENTUM

## 4 亿元 文化消费

2025 年文创上新 600 余款，年度总销售额突破 4 亿元。  
这是消费者用真金白银投票的真实市场信号。

## 3000 篇次 全网声量

2025 年主流媒体宣发近 3000 篇次，国家级媒体超 600 篇次，央视《新闻联播》8 次报道。荣获微博「年度文化影响力遗址」。

## 241.6 万人次 文旅热度

2026 年五一假期全区接待游客量，日均客流近 50 万人次。「匠心良渚·神纹之约」等沉浸式活动持续火爆。

## 1000 余家 产业集聚

良渚文化大走廊已集聚中大规模

中大规模以上企业 1000 余家，文化从业人数近 5000 人；中国（良渚）数字文化社区已吸引 500 多家企业入驻。

从 4 亿元的文创消费，到 50 万人次的日均客流——良渚正在从历史学家的研究对象，变成普通人的消费选择和社交谈资。

# 「经贸有博鳌，文化有良渚」

国家级文明对话平台

2023 年，国家主席习近平在第三届「一带一路」国际合作高峰论坛上亲自宣布举办「良渚论坛」。由文化和旅游部、国家文物局、浙江省人民政府联合主办，已成功举办三届。以其高规格和国际影响力，成为中华文明与世界文明交流互鉴的重要名片。

300+

全球嘉宾的智慧交汇

第三届良渚论坛吸引超过 300 名中外嘉宾  
覆盖 60 多个国家和地区。



良渚论坛 · 主舞台

# 赋予品牌对话世界的入场券

让「国家级平台」成为品牌的「超级加速器」

当品牌与良渚文化 IP 结合，它获得的不仅是五千年的文化深度，更是一个在全球视野下展示自己的舞台。

## 壹 全球关注度的「引力场」

作为写入「十五五」规划的国家任务，论坛吸引着全球学者、媒体、政策制定者的目光，为合作品牌提供无与伦比的亮相机会。

## 贰 高端圈层的「通行证」

随着周边高端配套陆续完善，论坛将吸引更多全球影响力人物。合作品牌可借此进入高端文化交流场景，建立优质连接。

## 叁 文化议题的「共建场」

论坛每年形成稳定的文化议题与传播内容。品牌可通过主题共创、联合活动、艺术展陈等方式参与其中，成为文化趋势的共建者与传播者。



良渚论坛 · 全球嘉宾



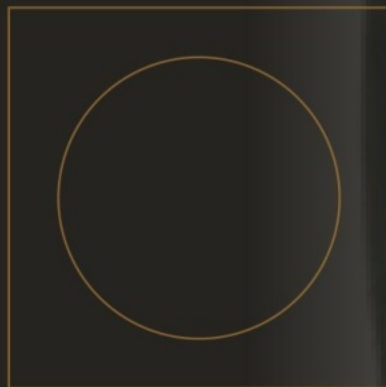
良渚的文明坐标

# 贰

PART TWO

## IP 内核价值引擎

*The Source Code of Five Thousand Years*



# 市场现状：品牌的三重焦虑

MARKET CONTEXT

## 01

### 审美同质化

国潮赛道拥挤，龙凤、仙鹤、飞天纹样已被过度使用。消费者审美疲劳，品牌急需一个同样厚重、但完全未被开采的、纯净的视觉蓝海。

## 02

### 文化深度饥渴

年轻一代不再满足于符号的简单「贴图」。他们渴望品牌能提供真正的知识、独特的情绪价值和深度的身份认同。

## 03

### 体验场景缺失

线上流量见顶，品牌急需线下有质感、能出片、有深厚故事可讲述的文化场域，来做用户沉淀和高端体验活动。

这，正是良渚文化 IP 被严重低估的战略价值——良渚文化恰好是这三重焦虑的精准解药。

# IP 内核 · 五大关键词

FIVE KEYWORDS

良渚代表的不仅是中华民族屹立于世界之巅的「文明高度」，更是融入日常、延续千年的一套中国式的「生活哲学」。

01

极简审美  
高智风格

02

脚踏实地  
精神原乡

03

信仰之力  
极限传承

04

极致匠心  
硬核精神

05

东方色盘  
美学追求

# 5000 年前就已成熟的高级审美

MINIMALISM, 3000 B.C.

良渚先民用最凝练的直线与圆，创造了外方内圆的玉琮；以精准的阴刻线条，在玉石上刻下细如发丝的神人兽面纹。这是一种跨越时空、直抵现代设计内核的几何美学语言。它不喧哗，却有无声的惊雷。



玉琮 方圆之间



玉璧 圆的极致



黑陶豆 线条的克制

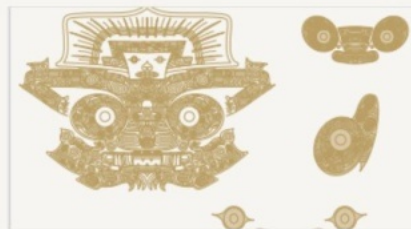


玉镯 温润的几何

# 远古纹样的设计语言

M O R E P A T T E R N S ·

纹样示例



神人兽面纹 · 兽面纹 · 鸟形纹 · 鸟首蛇形纹 · 龙首纹 · 螺旋纹 · 刻画符号

七大纹样体系 + 黑陶罐神秘刻符，一座开放的、可持续挖掘的视觉富矿。

# 治愈时代焦虑的秩序感与田园梦

## 治愈时代焦虑的 秩序感与田园梦

PASTORAL ORDER

### 现代人的精神「原乡」

这里保留着中国最早的大型水利系统、规划有序的城邦、大片的稻田与社群协作的温暖痕迹。良渚古城呈现了一种人与自然、人与社群和谐共处的理想化生活样板。它是我们这个浮躁时代里，一剂安定心神的精神解药。



### 为生活方式品牌

精准触达渴望回归生活本真、寻求治愈的当代消费者，为品牌赋予温暖、治愈、有秩序感的情绪价值。

### 为餐饮 / 食品品牌

与「五千年稻米」「良渚人的精致生活」建立直接关联，为产品注入「根源性」的健康与温暖叙事。

# 良渚稻作治愈 IP

安定 · 丰收 · 陪伴感

五千年稻作，唤起温暖有序的生活感

钥匙扣、冰箱贴、包挂、车挂等，可围绕稻作、田园秩序与良渚纹样开发日常衍生品。

稻作礼赠

田园秩序

良渚纹样

生活陪伴

# 良小鹿 (呦呦……)

治愈 · 灵动

不同的小鹿有自己的名字、个性标签、卡通形象。产品以公仔、文具、解压玩具、发饰为主。



\* 图片仅为示意，非最终设计稿

# 神秘的东方「符号」

SYMBOL &amp; TOTEM

## Z 世代的远古超级符号

神人兽面纹、鸟立高台、黑陶罐神秘刻符... 这些符号至今未被完全破译，构成了一套充满力量感、信仰感和次元感的超级纹饰体系。它以神秘感和秩序感形成独特识别。

它是年轻人渴望佩戴的「信仰」，  
愿意分享的「身份徽章」。



玉琮王 · 良渚博物院



神人兽面纹 · 纹饰特写

符号转译方向

### 纹样提取

从神人兽面纹、鸟立高台等符号中提炼核心轮廓与秩序感

### 视觉识别

形成适用于包装、主视觉与空间陈列的图形语言

### 产品转译

转化为礼赠、文创与品牌联名可持续使用的设计元素

# 史前时代的系统工程与极致匠心

## 史前时代的系统工程与 极致匠心

CRAFTSMANSHIP



人类智慧的「高精尖原型」

庞大复杂的水利系统，代表了 5000 年前人类工程智慧的最高成就。

在没有金属工具的时代，凭燧石与解玉砂完成的玉器微雕，是极致匠心与「尖端工艺」的史前典范。这是属于全人类的、关于「探索」与「精准」的硬核精神源头。

1 毫米 / 4-5 条阴线

1 毫米 / 4-5 条阴线

玉器纹饰的雕刻精度——  
肉眼几乎不可辨识的史前微雕

为科技 / 汽车 / 精密制造品牌

提供「探索、创造、极致精准」的**硬核精神背书**，链接人类对未知和工艺极限的永恒追求。

为教育 / 内容平台

提供关于「专注力」「系统工程」的**最早案例**，是极致的知识内容素材。

# 一整套属于东方的色彩体系

## 一整套属于东方的色彩体系

EASTERN PALETTE

五千年的积淀，为我们留下了一个可直接取用的美学宝库。这里有独特的色彩体系：**璧青、鸡骨白、抱玉朱、炭稻黑**；有温润的玉石与古拙的黑陶。它们是一座开放的、可持续挖掘的创作富矿，适配从**顶级奢侈品**到**日常快消品**的全品类设计需求。



良渚八色 · 取自玉器、陶器、漆器与稻作大地的原生色谱

# 良渚色彩系统

COLOR SYSTEM

1100 组

色彩数据

396 种

良渚特有颜色

39 个

良渚原创色名

8 大

良渚核心色

## 科学研究方法

通过光谱分析、色彩测量等科学手段，从良渚玉器、陶器、漆器等文物中提取色彩数据，建立完整的良渚色彩体系。

光谱分析

色彩测量

文物取样

## 良渚色彩数据包

收录 800 余张实物配图、1100 余组色彩数据，RGB / CMYK / HEX 三值齐备，可直接导入设计软件。

800+ 配图

300+ 专属色卡

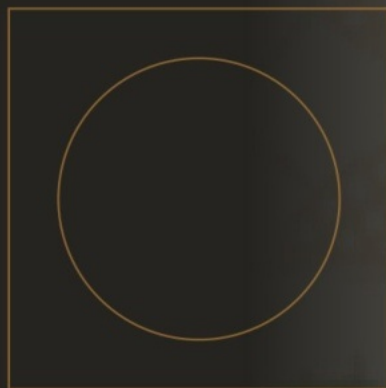
良渚色彩体系基因库已建立发布，为文创开发提供色彩支持。

叁

PART THREE

# IP 的赋能场景

*The Source Code of Five Thousand Years*



# All in · 独一无二的品牌体验场

SPACE USAGE

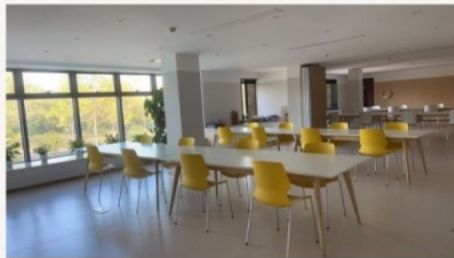
## 良渚博物院 建筑大师大卫·奇普菲尔德设计

高端 VIP 导览 / 品牌沙龙 / 小型静态展览 / 联名产品首发专区



良渚博物院 · 多功能厅

50 人



遗址公园 · 反山生活馆

15 人



良渚艺创园 5000+

200 人



遗址公园 · 国际研学中心

200 人



遗址公园 · 雉山茶室

35 人



遗址公园 · 党群服务中心

25 人



老虎岭遗址公园

200 人



良渚博物院 · 晓风文创空间

30 人

# 全域权威媒体矩阵 × 销售渠道联动

ALL-IN SUPPORT

## 媒体矩阵 MEDIA MATRIX

合作内容将获得良渚官方自媒体矩阵的**全域同步宣发**，精准触达对文化、历史、审美有高度兴趣的**高净值垂直人群**。

多平台

高势能

权威背书

- 01 联名新品首发内容
- 02 品牌探访纪录片、短视频共创
- 03 线上互动话题联合策划
- 04 官方直播配合



## 销售渠道 SALES CHANNELS

### 线上

- |          |    |
|----------|----|
| 良渚文化旗舰店  | 天猫 |
| 良渚博物院旗舰店 | 淘宝 |
| 良渚博物院旗舰店 | 京东 |

### 线下

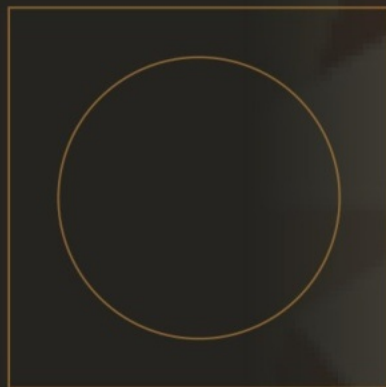
- |              |  |
|--------------|--|
| 良渚博物院文创商店    |  |
| 良渚古城遗址公园文创商店 |  |

# 肆

PART FOUR

## 合作案例

*The Source Code of Five Thousand Years*



# 良渚文化 × 周大福

CASE 01

以周大福高级珠宝线传承工艺打造联名产品，重磅上线周大福品牌荟馆店，实现文化与产品的双向赋能。  
以周大福高级珠宝线传承工艺打造联名产品，重磅上线周大福品牌荟馆店，实现文化与产品的双向「传承」概念营销。

周大福

良渚文化

周大福



# 良渚文化 × 小糊涂仙

CASE 02

围绕「产品 - 传播 - 体验」展开全面深度合作，  
打造「文、旅、酒」三维融合的文明溯源之旅。以  
文化+战略，联动文化 IP 资源、打造文化活动、推  
出文化产品，升级客户伙伴及消费者的品牌观感。

产品-传播-体验

文旅酒三维融合

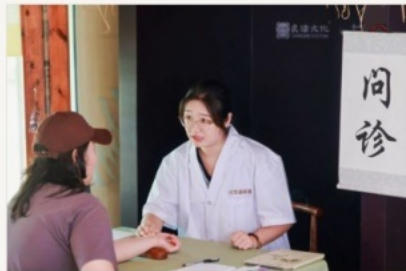


# 良渚文化 × 甘之颐

携手在良渚古城遗址公园打造快闪体验空间，以「产品分区沉浸式体验」重构养生场景，将品牌用户与文化游客与产品上新深度串联。

快闪体验空间

沉浸式养生场景



# 伍

PART FIVE

## 产品示意参考

*The Source Code of Five Thousand Years*



# 产品示意参考 · 饰品与器物

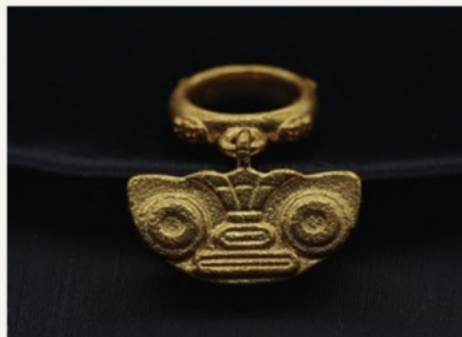
PRODUCT REFERENCE



— 金饰 · 神人兽面



— 金饰 · 璜形佩



— 金饰 · 戒指



— 耳饰



— 项链



— 铁壶 · 琼纹



— 丝巾 · 神纹



— 出版物

# 产品示意参考 · 生活方式与礼盒

PRODUCT REFERENCE



— 帆布包



— 文具



— 围巾



— 提花披肩



— 礼盒



— 节庆礼袋



— 麻饼礼盒



— 茶酒礼盒

# 陆

PART SIX

## 合作模式

*The Source Code of Five Thousand Years*

# 我们支持灵活的「轻合作」选项

COOPERATION MODELS

除整体 IP 授权外，品牌可按预算与节奏，从三种轻量方式起步，逐步深入。

MODEL I

## 轻量型

联名礼盒 / 赠品

针对节庆营销（中秋、春节、七夕），快速推出品牌定制联名礼盒或满赠品。有现成图库与包装方案，**3 个月内可落地**。

MODEL II

## 节点型

线下快闪 / 体验日

在良渚场域内，为品牌定制 1-2 天的 VIP 用户专场、媒体体验日或小型产品静展。用五千年的真实场域，为品牌做**最高规格的社交货币**。

MODEL III

## 内容型

深度内容共创

品牌冠名或联合出品专题短片（「极简美学」「匠心」「远古密码」等主题），良渚全媒体矩阵联合推送。

# 合作流程 清晰透明

PROCESS

01

双方沟通需求及费用

了解合作需求，沟通授权费用与分成方案

→ 02

申报方案提交审核

提交合作申报方案，良渚文创团队审核并评估

→ 03

签订合同

审核通过后签订授权合作合同

05

04

良渚方提供授权内容

提供良渚文化 IP 元素素材、色彩、纹样等授权内容

→ 05

合作阶段

产品开发与监修，确保产品品质与文化内涵

→ 06

合作结案

产品上市，结算分成，持续合作

—— 合作流程清晰透明，全程专业支持，确保合作顺利进行。



良渚文化 IP 授权

MMXXVI

— 柒 · 联系方式 CONTACT

# 五千年文明源代码 邀您续写传奇

*The Source Code of Five Thousand Years*



扫码添加 · 良渚文化IP授权合作

苏小微 · 浙江杭州

WECHAT · HANGZHOU