

XICHANG · DALIANGSHAN · CHINA

月亮之城 · 火的故乡

MOON CITY · LAND OF FIRE

大凉山的秘密

寻找月亮女儿 · 走进世界神秘之境

FIND THE DAUGHTERS OF THE MOON
ENTER THE MYSTERIOUS DALIANGSHAN

西昌

火 · 月 · 山 · 舞
FIRE · MOON · MOUNTAIN · YI

大型赴美彝族文化艺术节 × 国际时尚大秀 × 西昌全球文旅推广 × 产业全球增长
CHINESE YI ETHNIC CULTURE FESTIVAL & FASHION SHOW IN USA × XICHANG GLOBAL TOURISM PROMOTION × GLOBAL INDUSTRY GROWTH

你见过月亮， 见过月亮女儿的故乡吗？

这里是月亮之城，也是火的故乡。山河、火焰、月亮、民族、艺术、色彩、纹样、珠宝、服饰、非遗——不再一一介绍，而是汇聚成一个名字。

大凉山的秘密

让世界先产生好奇，再产生向往，最后产生行动。



火 · 月 · 山 · 彝

四个字，构成大凉山国际传播的超级视觉符号

火

FIRE

生命 · 热烈 · 力量 · 庆典

月

MOON

神秘 · 浪漫 · 想象 · 东方

山

MOUNTAIN

大凉山 · 山河 · 故乡 · 秘境

彝

YI

民族 · 图腾 · 色彩 · 工艺

一套文化符号 · 一个国际视觉系统 · 一个全球文化 IP

寻找月亮女儿

西昌"月城"的城市意象，与彝族"月亮女儿"传说、泸山"睡嫦娥"的文化叙事，彼此咬合，构成一个有故事性的文化入口。

不是告诉世界"大凉山有什么"，
而是向世界提出一个问题——

月亮女儿从哪里来？



走进世界神秘之境

大凉山不是单一景点，而是一个完整的文化目的地

山	大凉山山地景观	水	邛海
城	月亮之城·西昌	人	彝族文化
艺	彝绣·服饰·银饰·漆器	火	火文化与节庆
月	月城与月亮文化		

自然 + 文化 + 艺术 + 节庆 + 旅游

让游客不是看完一个景点就走——
而是为了一个故事，走进一座城市。



主题：寻找月亮女儿·西昌大凉山文化之旅

01	月亮之城	城市文化体验、夜游、地方美食
02	泸山睡美人	邛海—泸山观景、摄影、文化故事体验
03	火与彝	民族文化、非遗、服饰、音乐、舞蹈及节庆体验
04	大凉山秘境	依接待能力开发深度山地文化旅游线路
05	带走大凉山	珠宝、服饰、艺术、文创及特色产品

美国看到大凉山 → 向往大凉山 → 来到西昌 → 消费带动西昌经济

DALIANGSHAN · USA PREMIERE

先去美国， 让世界第一次真正认识大凉山

不是普通中国文化展，不是普通民族歌舞演出，也不是普通旅游推介会——

文化 × 艺术 × 时尚 × 旅游 × 商业

五位一体的国际文化事件

制造国际传播事件 · 建立西昌文旅国际窗口 · 发布首批国际化产品
连接美国消费者、达人、买手与渠道 · 把美国市场变成西昌长期增长入口



一场大型文化节，加一场国际时尚大秀

ACT I

月亮升起

月亮女儿
西昌、大凉山、彝族故事进入
舞台

ACT II

火焰觉醒

火的故乡
音乐、舞蹈、节庆与现代舞台
融合

ACT III

山河秘境

大凉山
山河、自然、非遗、艺术影像
沉浸呈现

ACT IV

月亮女儿大秀

国际彝族时尚大秀
传统元素 × 当代设计 × 国际
审美

FINALE

走向世界

FROM DALIANGSHAN
TO THE WORLD
品牌、产品、目的地共同亮相

大秀不是表演， 而是文化转化器

① 月亮女儿系列

现代珠宝、银饰、丝巾、女性配饰

② 火与山河系列

彝族纹样现代服装、包袋、家居艺术

③ 大凉山艺术系列

艺术作品、文创、收藏、设计师联名

第一眼是美，第二眼是故事，第三眼是文化，最后变成购买。



让一场美国大秀， 变成一次西昌旅行

DALIANGSHAN TRAVEL EXPERIENCE · 现场体验区

看见 → 了解 → 体验 → 收藏 → 预约 → 来到西昌

同步推出主题旅游产品：

月亮女儿之旅

火与山河之旅

大凉山文化发现之旅

由当地文旅企业、旅行社及相关景区依法提供实际旅游产品和接待服务。



一场大秀，带动一条产业链

一层	文旅消费	酒店 · 餐饮 · 景区 · 交通 · 旅行社
二层	文化消费	服饰 · 珠宝 · 漆器 · 文创 · 艺术品
三层	内容消费	短视频 · 纪录片 · IP · 达人传播
四层	产业订单	海外采购 · 品牌合作 · 跨境电商 · 批量订单
五层	招商引资	设计 · 制造 · 文旅 · 数字经济 · 国际渠道

文化流量 → 旅游客流 → 消费增量 → 海外订单 → 产业增长

廖迅： 打开大凉山秘密的人

美术 → 艺术 → 非遗 → 玉石 → 文化发现 → 西昌，他曾发现并命名"泸山睡美人"。

文化发起人 · 艺术总顾问 · 全球文化发现者

他曾经发现一座山的秘密。

这一次，他要带世界寻找大凉山的秘密。



西昌已具备从"地方特色"走向"全球增长"的基础

29.5亿

2025年凉山州外贸进出口总额，同比增长 26%，
贸易伙伴覆盖 149 个国家和地区。

2026 四川政策方向

川货出海 · 外贸主体培育 · 跨境电商产业带
海外仓 · 贸产融合 · 数字贸易

西昌自身 2026 重点：产业升级、招商引资、数字经济、开放合作、项目包装。

——
现在缺的不是资源——
而是一个把资源重新组合、推向世界的入口。

不是把西昌送到美国， 而是把美国市场前置到西昌

传统模式：生产 → 出口 → 找客户



Xavvi A2A AI 承担

AI品牌 · AI内容 · 海外达人 · 社交媒体 · 跨境电商 · 市场数据

形成 365 天持续增长，而不是 3 天文化活动

这不是一个文化活动项目—— 而是一套西昌全球增长工程

文化品牌

形成"大凉山的秘密"国际文化IP

文旅增长

建立美国端西昌旅游推广与游客转化入口

企业培育

组织本地企业、非遗工坊、设计师进入国际市场

外贸增长

形成美国市场首批产品测试与订单

产业升级

推动传统非遗从旅游纪念品向现代消费品转型

招商引资

用美国市场渠道、订单与品牌资源吸引产业合作

数字经济

建立AI内容、数字传播和跨境电商基础设施

国际影响力

把西昌从地方文旅目的地推向国际文化目的地

合作模式：政府指导 + 平台运营 + 企业主体 + 市场验证

让世界向往大凉山

月亮之城·火的故乡 | 寻找月亮女儿·走进世界神秘之境

- 1 步 去美国——让世界第一次真正看见大凉山
- 2 步 引世界来西昌——让文化节变成旅游入口
- 3 步 让文化变成产品——让彝族文化进入现代生活
- 4 步 让产品变成订单——让美国市场反向连接西昌产业
- 5 步 让订单变成增长——文旅、文化、产业、招商长期循环

从西昌出发·让世界看见大凉山

