

《山河共舞·全球增长计划》

中国西南民族文化 × 非遗文化 × 文创时尚 × 国际传播

让非遗成为流量 · 让文化成为产品 · 让流量变成订单 · 让游客回到家乡



首发主场：大凉山 / 西昌 学术支持：西南民族大学 战略文化合作：德宏景颇族

全球增长引擎：Xavvi A2A AI Global 365

我们不做“一场演出”，我们做一套地方文化全球增长机制

演出是流量入口，365天增长才是项目本体。

文化IP

山河、民族、非遗、服饰、音乐、故事

形成不可复制的文化资产

AI内容

多语种、短视频、数字人、视觉内容

把地方文化变成全球内容

全球流量

达人、社媒、媒体、海外社区

持续获得海外注意力

产品交易

文创、时尚、非遗、食品、体验

把关注转化为真实消费

订单回流

海外渠道、B2B、旅游、招商

让流量最终回到地方产业

打造少数民族地方文化出海的“第一增长样板”

以凉山为首发，以西南民族文化为资源池，以AI为全球放大器。

不是文化节

不是旅游宣传片

不是一次性演出

而是

文化IP → 全球流量 → 文创产品 → 海外订单 → 文旅消费 → 地方产业增长

最终形成可复制、可招商、可运营、可持续的地方文化全球增长模型。

一所大学 + 两大民族文化区域，形成一个全球文化增长IP

西南民族大学

学术与人才

研究标准 / 艺术指导 / 设计
创新 / 青年人才 / 国际传播
研究

凉山·西昌

主场与主叙事

彝族文化 / 非遗 / 服饰 / 文
旅 / 文创产业 / 《火与山
河·彝》

德宏·景颇

战略文化伙伴

目瑙纵歌 / 景颇服饰 / 非遗
/ 文化资源 / 跨区域国际传播

三方不是“来参加”，而是共同建设长期IP。

《大凉山·山河共舞》——用一台剧场大秀启动全球流量

120分钟不是终点，而是全年增长的“第一爆点”。

01 山河初见 大凉山打开世界	02 火与彝 彝族主叙事	03 百艺生花 非遗技艺 × 时尚	04 山河回声 远方鼓声回应
05 目瑙纵歌 景颇文化爆点	06 山河相遇 不同民族共同舞台	07 非遗新生 传统进入现代设计	08 走向世界 全球时尚 × 文创大秀

不是“插入景颇节目”，而是让两座山彼此听见

用声音与山河完成自然转场，文化身份各自完整。

彝族火塘



远方鼓声



目瑙纵歌

“一座山听见另一座山。”

- 彝族保持彝族文化语言
- 景颇保持景颇文化语言
- 最后以“山河共舞”完成共同表达
- 不混淆、不拼贴，而是尊重基础上的共同创作

让“舞台上出现的文化”变成“消费者可以买走的文化”

舞台种草 → 设计开发 → 商品化 → 海外销售

民族服饰

珠宝银饰

包袋鞋帽

家居生活

非遗艺术

食品饮料

数字文创

文旅体验

核心原则：先验证海外消费者愿不愿买，再决定地方资源如何转化。

Xavvi A2A AI Global 365

把“一次文化事件”变成“365天全球内容与交易系统”。

AI内容

每天生产

多语种短视频 / 数字人 /
故事 / 视觉

A2A智能体

持续运营

内容分发 / 达人连接 /
渠道协同

Global

持续扩散

TikTok / Instagram /
YouTube / 海外媒体

365

全年增长

全年内容 / 全年招商 /
全年交易 / 全年文旅

一句话：演出只有一天，增长必须**365**天。

文化—流量—产品—订单—文旅—产业，形成闭环



同一文化资产，拆成不同内容，持续获得不同人群的注意力

文化	火、山、服饰、纹样、故事	文化爱好者 / 华人 / 年轻人
时尚	走秀、设计师、穿搭、联名	时尚达人 / 买家 / 设计师
旅游	目的地、节庆、体验	旅行达人 / 家庭 / 高端游客
美食	地方味道、餐饮、食材	美食达人 / 餐饮渠道
人物	传承人、工匠、青年创业者	纪录片 / 媒体 / 教育
商品	非遗产品、文创、生活方式	消费者 / 零售 / 电商

政府、学校、地方、企业、平台，各自得到什么？

政府	文化影响力 / 文旅增长 / 国际传播 / 产业招商	公共价值 + 地方增长
大学	研究 / 人才 / 实践 / 国际项目	学术与产教融合
地方	品牌 / 产品 / 渠道 / 订单 / 游客	产业增量
企业	内容 / 达人 / 渠道 / 海外订单	商业回报
Xavvi	AI运营 / 全球流量 / 增长服务	长期平台价值

建设一个真正 “365天工作” 的民族文化全球增长中心

不只是展馆，而是内容、设计、产品、渠道、订单和文旅的运营中枢。

AI内容中心

全球内容生产

非遗设计中心

传承人 × 设计师 × AI

产品开发中心

从文化元素到商品

全球达人中心

海外传播与达人合作

全球交易中心

B2B / 电商 / 渠道

文旅增长中心

流量 → 游客 → 消费

从凉山首发，逐步形成“中国地方文化全球增长网络”

凉山•彝族

德宏•景颇

贵州民族文化

广西民族文化

西北民族文化

西南民族文化

统一母板：文化IP → AI内容 → 全球流量 → 产品 → 订单 → 文旅 → 地方产业

不是一次性活动，而是四个季度持续推进



第一季目标：跑通一个可复制的“地方文化全球增长闭环”。

用增长指标，而不是掌声，衡量项目价值



山河共舞 · 全球AI增长365

文化连接全球 · AI驱动增长

让非遗成为流量、让文化成为产品

让流量变成订单、让游客回到家乡

文化有根 · AI有翼 · 产业有单 · 地方有增长

《大凉山·山河共舞》——中国少数民族地方文化出海先锋