

面向Z世代的“福禄寿喜财”吉祥文化价值重释与传播路径研究

刘丽淼¹, 张 涵¹

(1.黑龙江大学 艺术学院, 黑龙江 哈尔滨 150080)

摘要:“福禄寿喜财”是中国传统吉祥文化中具有广泛社会认知的复合性表达,集中承载了民众对生活圆满、社会发展、生命康宁、情感愉悦与物质保障的基本期待。在数字媒介深度嵌入青年生活的背景下,传统吉祥文化获得了新的传播空间,同时也出现符号表层化、价值功利化、历史语境弱化和传播方式同质化等问题。本文以Z世代的媒介经验与文化参与方式为切入点,运用文献研究、概念分析和跨学科综合研究方法,对“福禄寿喜财”的文化形成、价值结构、符号机制和社会功能进行梳理,进而分析其面向青年群体传播时所面临的结构性困境。研究认为,“福禄寿喜财”并非自古固定不变的五项并列范畴,而是不同历史时期的吉祥观念在民俗生活和图像传播中逐步汇合形成的现代复合表达;其当代传承应从单一的趋吉求利叙事转向对美好生活、个人成长、身心健康、社会关系和合理富足的综合阐释。面向Z世代的传播不宜把代际标签绝对化,而应把握其移动化、视觉化、互动化和社群化的媒介环境,通过核心价值重释、生活情境重建、分层内容传播、参与式文化实践、文化边界治理和效果评价机制,形成兼具历史连续性、现实解释力与公共文化价值的传承体系。本文旨在为传统吉祥文化的创造性转化、青年文化认同建构以及中华优秀传统文化的数字传播提供理论参考。

关键词:Z世代; 福禄寿喜财; 吉祥文化; 文化认同; 传播路径

DOI: doi.org/10.70693/202608059849

一、绪论

(一) 研究背景与问题提出

吉祥文化是中华优秀传统文化进入日常生活的重要方式。它借助语言、图像、器物和仪式,将人们对平安、团聚与富足的愿望转化为文化形式,广泛存在于节令、礼仪和民间艺术之中,具有生活性与情感性。周星指出,传统吉祥图案不仅是装饰形式,也是乡土社会建构生活意义的民俗资料。“福禄寿喜财”既是文化符号,也是民众理解幸福生活的通俗表达。需要说明的是,这一组合并非自古固定。《尚书·洪范》中的“五福”为寿、富、康宁、攸好德和考终命,与现代组合不同。今天的“福禄寿喜财”是民间信仰和民俗观念长期汇合的结果。数字平台使青年参与文化意义再生产,但网络传播容易将其简化为福字、元宝、祥云等重复符号,遮蔽其伦理内涵。因此,应在尊重文化源流的基础上重释其当代价值,构建贴近Z世代生活的传播机制,避免符号堆砌与代际刻板化。

(二) 研究综述

国内关于传统吉祥文化的研究主要集中于民俗学、艺术史和文化传播三个方向。民俗学研究强调吉祥观念的社会基础、仪式语境与民众幸福观。周星从民俗艺术遗产角度分析吉祥图案的传承性、意义结构和生活功能,指出文字图案化、谐音双关、象征比拟与吉祥语组合构成其基本表达“语法”。王海霞以吉祥年画为对象,梳理福、禄、寿、喜观念的生命意蕴与民间认同,认为相关观念长期植根于社会生活,并借助木版年画等媒介广泛传播。沈利华则从传统价值取向出发,讨论“福禄寿”三星所体现的幸福、功名与生命追求。

艺术史与图像研究主要关注吉祥符号的造型机制和视觉谱系。王树村归纳历代吉祥图案的题材与构成,杨广银从汉语谐音角度分析传统造型中“以音通意”的表达方式。相关研究表明,吉祥文化并非图

作者简介:刘丽淼(2002—),女,硕士,研究方向为视觉传达与数字艺术设计;

张 涵(2002—),女,硕士,研究方向为视觉传达与数字艺术设计。

通讯作者:刘丽淼

形与寓意的自然对应，而是由语言习惯、历史叙事、宗教信仰和民俗情境共同编码的符号体系。这为理解蝙蝠与“福”；鹿与“禄”；桃、鹤与“寿”；喜鹊与“喜”等传统关联提供了依据，也说明传统图像的阐释不能脱离具体文化语境。

近年来，青年文化与数字传播研究开始关注Z世代参与传统文化建构的方式。宋辰婷、宋祎祎指出，Z世代在传统文化网络传播中兼具接受者、解释者和传播者角色。国外研究多从技术环境、消费行为与社会交往讨论Generation Z。Turner强调技术连接对其行为方式的影响，Priporas等关注其对互动性、便利性和自主体验的期待，Djafarova和Bowes分析社交媒体对青年消费决策的作用。Jenkins的参与式文化与融合文化理论，则为理解用户生产内容、跨媒介传播和社群协商提供了理论框架。

部分Z世代研究容易将媒介偏好和价值观概括为一致的代际特征，忽视群体内部差异。传统吉祥文化传播研究则较重视视觉更新、市场开发与平台流量，对价值重释、文化边界、公共性及传播效果评价关注不足。本文尝试在历史辨析、代际反思与传播机制之间建立完整的理论联系。

（三）研究方法与伦文框架

本文主要采用三种方法。第一，文献研究法。通过民俗学、艺术史、传播学和青年研究成果，梳理“福禄寿喜财”的历史来源、符号机制和社会功能。第二，概念分析法。辨析“五福”“福禄寿三星”“吉祥图案”“Z世代”等概念的适用边界，避免把现代组合追溯为单一而固定的古代传统。第三，跨学科综合研究法。将民俗生活、符号传播、文化认同和数字媒介放在同一分析框架中，讨论传统吉祥文化由历史资源转化为当代公共文化内容的条件。全文第二部分分析“福禄寿喜财”的文化结构，第三部分讨论Z世代的接受语境与传播困境，第四部分提出价值重释和传播路径，第五部分总结研究结论与不足。

二、从多元祈愿到复合表达：“福禄寿喜财”的文化结构

（一）“福”：总体性幸福观与伦理内涵

“福”在传统吉祥观念中最具总体性与包容性，既指生活顺遂，也包含家庭和睦、身体健康、德行完善和生命善终。《尚书·洪范》所列“五福”为寿、富、康宁、攸好德和考终命，说明早期“福”并非偶然好运或单纯财富，而是物质条件、身心状态、道德实践与生命归宿之间的协调。后世通过贴福字、祈福仪式等形式，使抽象幸福观进入日常生活。

（二）“禄”：社会承认与发展机会

“禄”原指俸禄、官位及其象征的社会身份。鹿与“禄”谐音，鹿纹、禄星等图像成为功名仕进的象征，科举制度也强化了“禄”与读书入仕、光宗耀祖之间的联系^[3]。在当代，若仍将“禄”仅理解为官位与等级上升，便难以回应多元职业结构。其价值可由身份性资源转向发展性资源，强调教育机会、职业能力、社会承认和自我实现。对于Z世代而言，学习、创新、公共服务和自由职业均可能成为价值实现方式，因此应更重视公平机会、能力成长与社会贡献。

（三）“寿”：生命康宁与代际责任

“寿”是传统吉祥文化中较稳定的主题，寿星、寿桃、松柏、龟鹤和寿字纹共同构成长寿符号系统。它既源于人们对疾病与死亡风险的回应，也体现对老人、家族延续和生命秩序的重视。传统“寿”文化不只追求生命长度，还包含康宁、善终和德行积累。置于当代，可延伸为身体健康、心理稳定、生活节律和代际照护。青年同样面对压力、失眠与家庭照护问题，因此“寿”可连接青年健康观、老龄社会伦理与公共保障。

（四）“喜”：积极情感与关系确认

“喜”与婚嫁、添丁、团聚、节庆和丰收等事件密切相关，双喜字、喜鹊和灯彩等符号多在特定礼仪中发挥作用。与“福”的总体性相比，“喜”更强调可被感知、表达和共同见证的积极情绪。传统社会通过宴饮、贺礼、祝词和装饰，将个人喜悦转化为家庭与社区共同参与的关系事件，从而确认亲属、邻里与社会网络。其当代意义在于重建情感表达、关系联结与公共参与。

（五）“财”：物质保障与合理丰足

“财”最容易被功利化理解。财神、聚宝盆和金元宝等符号表达了改善生活、获得收益和抵御风险的愿望。在农业与商业社会中，财富不仅意味着个人占有，也关系家庭生计、交易信用和灾害储备。因此，财文化的基础并非单纯贪欲，而是对生活保障与资源稳定的需求。当代传播若只突出暴富和即时收

益，便会遮蔽劳动、节制、信用与共享。面向青年，应将“财”解释为依靠诚实劳动、专业能力和合理规划获得保障，并形成节约资源、管理风险和承担责任的财富伦理。

（六）复合结构：理想生活的五个维度

总体而言，“福禄寿喜财”可视为现代大众文化对理想生活的五维概括：福指向生活质量与归属，禄指向成长机会与社会承认，寿指向生命康宁与持续，喜指向积极情感与关系联结，财指向物质保障与资源能力。五者相互联系，缺乏健康的财富积累或公平机会，都难以构成完整幸福。将其置于统一框架，有助于超越简单祝词，揭示物质、精神、关系与生命之间的综合结构。同时，现代阐释必须坚持历史边界，明确哪些含义源于古代文献和民俗传统，哪些属于当代价值重构。只有区分“传统所固有”与“当代所赋予”，文化创新才具有学术依据与解释限度。

三、Z世代的文化接受语境及吉祥文化传播困境

（一）Z世代概念的分析价值与使用限度

“Z世代”通常用于指称在互联网、移动终端和社交媒体普及环境中成长起来的一代人。不同机构对其出生年份划分并不完全一致，Pew Research Center曾将1997年以后出生者作为新的代际分析对象，同时强调代际界线不是精确科学，而是用于理解共同历史经验的分析工具。2023年该机构进一步提醒，代际标签容易产生过度概括和刻板印象，应尽可能结合年龄、生命周期、时期事件和具体社会背景进行分析。

因此，本文使用“Z世代”并不是断言所有青年具有一致价值观，而是指向一种具有较高普遍性的媒介社会化背景：青年从较早年龄接触网络搜索、智能手机、即时通信和算法平台，文化内容往往在多任务、跨平台和持续连接中被接收。中国青年内部仍存在城乡、阶层、教育和地域差异，其传统文化态度也受到家庭教育、学校课程、地方文化和个人兴趣影响。学术研究应避免把“喜欢国潮”“追求个性”“注意力短”等市场话语直接当作稳定代际本质。

（二）移动化、视觉化与碎片化的文化接触

数字原生环境改变了青年接触传统文化的入口。过去，传统文化主要通过家庭礼俗、学校教育、博物馆、书籍和电视节目传播；当前，短视频、社交平台、网络游戏、数字展览和知识社区成为重要补充。Turner指出，技术并不是Z世代生活之外的工具，而是其社会联系与信息获取环境的重要组成部分。在此环境中，图像、声音和短文本具有较强的注意力优势，文化内容常以碎片形式被快速浏览和重新组合。

碎片化并不必然导致浅薄，它也可能成为深入学习的入口。问题在于传播者是否建立从简要信息到系统知识的连接机制。若一个福字纹样、财神形象或祝寿图像只提供“寓意吉祥”的单句解释，用户很难理解其历史来源和使用语境；若进一步提供文献依据、器物信息、地域差异和相关仪式，则碎片可以成为知识网络的节点。因此，传统吉祥文化传播需要设计层次清晰的内容结构，而不是在“长篇说教”和“短平快娱乐”之间作非此即彼的选择。

（三）身份表达、情感共鸣与文化真实性

青年接触传统文化不仅是知识学习，也与身份表达和情感经验有关。网络平台使用户能够通过头像、服饰、音乐、收藏、话题和节日仪式展示文化偏好，并在社群互动中获得认同。传统吉祥文化天然包含祝福、陪伴、团聚和希望等情感内容，具有进入青年日常生活的潜力。宋辰婷、宋祎祎的研究表明，Z世代青年能够在网络化传统文化建构中主动选择解释框架，并通过互动和再传播强化文化参与。但身份表达越依赖符号，越需要文化真实性作为支撑。真实性不等于完全复制古代形式，而是要求传播者诚实说明材料出处、历史变化和现代改编。如果把所有传统纹样都解释为固定吉祥寓意，把现代流行搭配包装成“千年传统”，短期可能提高传播效率，长期则会削弱公共信任。青年用户具有较强的信息检索和比较能力，当宣传叙事与史料明显不符时，文化内容容易被视为营销话术。因而，真实性应表现为可追溯、可解释和允许讨论，而非以权威口吻制造唯一答案。

（四）参与式文化与意义共创

融合媒介环境下，文化生产者与接受者之间的边界日益开放。Jenkins所讨论的参与式文化强调，用户通过创作、分享、评论和协作参与意义生产。在传统文化传播中，青年可能以方言改写祝福语、记录家庭年俗、制作数字贴纸、讲述地方财神故事或比较不同地区的寿礼习惯。这些活动使文化从静态展示转为社会实践，也能补充正式叙事难以覆盖的个人记忆和地方经验。

（五）传统吉祥文化面向青年传播的主要困境

第一，历史语境被压缩。部分传播把“福禄寿喜财”描述为自古统一的传统体系，忽略其不同来源和时代变化，使复杂文化被简化为五个固定标签。第二，符号表达表层化。红色、金色、祥云、蝙蝠、鹿、寿桃、喜鹊和元宝被高频重复，却缺少关于谐音、象征、仪式和地方差异的解释，形成“看似传统、实际空泛”的内容。第三，价值阐释功利化。禄被等同于升职，财被等同于暴富，寿被等同于年龄增长，福和喜则被转化为抽象好运，难以回应青年对公平、健康、关系、劳动与生活质量的综合关切。第四，传播内容同质化。不同机构往往使用相近的节庆海报、网络祝福和文创话术，缺少地方生活、家庭记忆和真实人物经验，导致文化表达失去具体性。第五，商业逻辑过度前置。部分内容以销售、引流和平台热度为首要目标，文化知识只承担包装功能，容易使吉祥文化沦为消费刺激。第六，代际想象刻板化。传播者可能以“年轻人只喜欢可爱、潮流和短视频”为前提，刻意压缩内容难度，反而忽视青年对严谨知识、历史细节和价值讨论的需求。第七，数字参与缺乏治理。用户二次创作和社群讨论能够扩大影响，但若没有引用规范、版权规则和专业纠错，错误信息也会被算法快速放大。第八，效果评价单一。阅读量、点赞量和销售额只能说明可见度，不能证明用户形成了准确理解、情感认同或持续实践。上述困境说明，传统吉祥文化的青年传播不是简单更换媒介和语言，而是需要重新组织历史知识、价值内容、参与机制与公共责任。

四、面向 Z 世代的价值重释原则与传播路径

（一）坚持历史辨析，构建可追溯的知识基础

传统文化创新首先需要准确的知识基础。对于“福禄寿喜财”，应分别说明其概念来源、主要象征、仪式场景和历史变化，并明确“五福”与现代五项组合的区别。传播内容可以引用经典文献、民俗志、博物馆藏品说明和学术研究，形成基本证据链。对于存在多种说法的内容，应呈现其差异，而不是为了叙事完整而强行统一。

（二）从功利祈愿转向美好生活的综合价值

价值重释不是取消吉祥文化中的现实愿望，而是把这些愿望放入现代生活和公共伦理中重新理解。福可以阐释为物质与精神协调、个体与关系平衡的总体幸福；禄可以指向教育成长、职业尊严和社会贡献；寿可以关联身心健康、代际照护与生命质量；喜可以强调积极情感、共同庆祝与关系支持；财可以强调诚实劳动、合理保障、风险意识与资源责任。五者共同构成对美好生活的多维理解。

这种阐释有助于减轻传统吉祥文化的等级性和功利性印象。例如，对“禄”的解释不必否定传统功名理想，但应说明现代社会的成就路径具有多样性；对“财”的解释也不必回避财富需求，而应区分正当生活保障与无节制占有。价值重释的标准不是是否“时尚”，而是能否把传统愿望与当代社会普遍关心的公平、健康、劳动、家庭、环境和公共责任联系起来。

（三）以生活情境重建文化意义

吉祥文化原本就产生于具体生活，传播创新也应回到生活情境。相比反复展示孤立符号，围绕春节返乡、家庭团聚、毕业求职、婚育庆贺、老人寿辰、社区互助、劳动收获等真实场景展开叙事，更能说明福禄寿喜财如何在社会关系中发挥作用。情境化传播能够将抽象寓意转化为人物行动和情感经验，也有助于呈现同一观念在不同地区和家庭中的差异。

生活情境还应包括当代青年面临的新问题，如异地生活、职业选择、心理压力、代际沟通和经济不确定性。传统吉祥文化不能替代现实制度和专业支持，但可以提供情感语言、家庭记忆和价值反思。例如，以“寿”讨论健康生活时，应避免神秘养生和无依据疗法，而可连接科学健康知识和照护伦理；以“财”讨论青年经济安全时，应避免鼓吹投机，而可关注劳动权益、理性消费和风险管理。

（四）建立“轻入口—深内容—再实践”的分层传播

面向移动媒介环境，传统文化内容需要不同深度的传播层级。第一层是轻量入口，通过短视频片段、图文卡片、音频和互动问答建立兴趣，但内容必须准确，不以猎奇代替知识。第二层是深度内容，通过专题文章、数字展览、公开课程和学术讲座解释历史脉络、符号机制和地方差异。第三层是实践转化，通过家庭访谈、节日记录、社区展览、学校课程和公共文化活动，使用户把知识转化为观察、表达和社会交往。

三个层级之间应当相互连接。短内容需要提供进一步阅读的入口，深内容应使用清晰语言降低专业壁垒，实践活动则应把用户生成的资料重新纳入知识整理。这样的传播结构既适应碎片化接触，也维护系统性学习。它避免把青年简单视为缺乏耐心的受众，而是承认兴趣形成具有渐进过程：用户可能从一

个熟悉的福字开始，逐步进入文字学、民俗学、图像史和家庭记忆。

（五）鼓励参与式传承，强化代际与地方经验

青年参与传统文化建构，应从转发既定内容转向生产具有来源和情境的文化资料。学校、博物馆、图书馆和社区可以组织“家庭吉祥物件口述史”“地方祝福语采集”“年俗影像记录”等活动，引导青年采访长辈、整理旧照片和记录仪式变化。此类实践能够把宏观文化叙事与家庭生活连接起来，也能使不同代际在共同回忆和解释中建立交流。

参与式传承应尊重地方差异。福禄寿喜财的表达在南北地区、城乡社会 and 不同族群中并不完全相同，统一模板可能遮蔽文化多样性。传播平台可允许用户提交地方材料，但需设置基本审核标准，区分个人记忆、民间传说和可验证史实。对于涉及宗教信仰、少数民族文化和神圣仪式的内容，应与相关社区和研究者协商，避免脱离语境的娱乐化使用。参与的目标不是把所有文化变成可任意改编的素材，而是形成尊重来源、鼓励交流的知识共同体。

（六）完善文化边界、平台治理与公共伦理

数字传播扩大了传统文化的可见度，也增加了错误解释、商业挪用和文化冒犯的风险。传播者应建立三类边界。第一是知识边界，明确有文献依据的传统事实、地方传说和现代创意解释。第二是伦理边界，避免把祭祀对象、宗教神圣物和特定族群身份符号随意萌化、戏仿或商品化。第三是商业边界，公开说明公益传播、品牌营销和付费产品之间的关系，防止以传统文化权威掩盖纯粹促销。

平台治理同样重要。算法更容易放大情绪强烈和形式简化的内容，专业机构应通过权威账号、专题标签、辟谣说明和知识合作提高准确信息的可见度。对于用户创作，可以提供引用模板、开放授权说明和纠错渠道。中华优秀传统文化的数字传播不仅是内容创新问题，也是公共知识治理问题；其目标应包括维护文化尊严、提高社会理解和促进平等参与，而不只是形成流量热点。

（七）建立超越流量指标的传播评价体系

评价面向 Z 世代的吉祥文化传播，应同时考察可见度、理解度、认同度和实践度。可见度包括触达人数、传播范围和内容停留；理解度关注用户能否区分“五福”与“福禄寿喜财”、能否说明主要符号的形成机制；认同度关注用户是否认为相关价值与现实生活具有联系。

评价还应重视负面结果，如是否强化功利主义、是否造成文化误读、是否排斥某些群体、是否诱导不理性消费。传播效果不能仅以“年轻化”视觉获得多少点赞判断，而应考察文化内容是否形成稳定而准确的公共理解。未来研究可以在不同地区和平台开展实证比较，分析何种叙事方式、内容深度和参与机制更有利于青年文化认同，从而把理论路径转化为可检验的研究模型。

五、结语

“福禄寿喜财”是中国传统吉祥文化在长期民俗生活中形成的复合性表达。其五个范畴具有不同的历史来源，不能被简单追溯为自古固定的完整体系，但它们在现代社会的并置并非毫无根据，而是集中反映了民众对总体幸福、社会发展、生命康宁、积极情感和物质保障的基本期待。吉祥文化的学术价值，正在于它把宏观价值观转化为日常语言、图像和仪式，使人们能够在生活实践中表达愿望、确认关系并形成文化认同。

面向 Z 世代的传承需要同时避免两种倾向：一是把传统文化封闭为不可变化的古老形式，二是把青年传播简化为视觉包装、网络流行和商业消费。Z 世代概念可以帮助研究者理解移动化、视觉化、互动化和社群化的媒介背景，但不能替代对青年内部差异和具体社会条件的分析。青年并非只追求快速娱乐，也具有寻找文化来源、讨论价值意义和参与知识生产的能力。

参考文献：

- [1] 周星. 作为民俗艺术遗产的中国传统吉祥图案[J]. 民族艺术, 2005(01): 52-66.
- [2] 王海霞. 福禄寿喜吉祥观念探源——以吉祥年画为例[J]. 民艺, 2020(03): 68-72.
- [3] 沈利华. “福禄寿”三星与中国传统社会价值取向[J]. 古典文学知识, 2006(06): 100-105.
- [4] 王树村. 中国历代吉祥图案管窥[J]. 中国文化, 1990(01): 41-46.
- [5] 杨广银. 图必有意，意必吉祥——中国传统文化中的谐音造型[J]. 文艺研究, 2009(07): 158-160.
- [6] 宋辰婷, 宋祎祎. 传统文化网络化建构中 Z 世代青年的角色和作用——以《国家宝藏》和《典籍里的中国》为例[J]. 中国青年研究, 2024(08): 76-83.

- [7] 陈丽君, 李纾. “福”的心理结构与社会功能[EB/OL]. 中国社会科学网, 2024-07-31.
- [8] 钟敬文. 民俗学概论[M]. 上海: 上海文艺出版社, 1998.
- [9] 乌丙安. 中国民俗学[M]. 沈阳: 辽宁大学出版社, 1985.
- [10] 中共中央办公厅, 国务院办公厅. 关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见[Z]. 2017-01-25.
- [11] 中共中央办公厅, 国务院办公厅. “十四五”文化发展规划[Z]. 2022-08-16.
- [12] UNESCO. Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage[Z]. Paris: UNESCO, 2003.
- [13] Turner A. Generation Z: Technology and Social Interest[J]. The Journal of Individual Psychology, 2015, 71(2): 103-113.
- [14] Priporas C V, Stylos N, Fotiadis A K. Generation Z Consumers' Expectations of Interactions in Smart Retailing: A Future Agenda[J]. Computers in Human Behavior, 2017, 77: 374-381.
- [15] Djafarova E, Bowes T. “Instagram Made Me Buy It”: Generation Z Impulse Purchases in Fashion Industry[J]. Journal of Retailing and Consumer Services, 2021, 59: 102345.
- [16] Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide[M]. New York: New York University Press, 2006.
- [17] Dimock M. Where Millennials End and Generation Z Begins[EB/OL]. Pew Research Center, 2019-01-17.
- [18] Pew Research Center. 5 Things to Keep in Mind When You Hear about Gen Z, Millennials, Boomers and Other Generations[EB/OL]. 2023-05-22.

Value Reinterpretation and Communication Pathways of the Auspicious Culture of Fu, Lu, Shou, Xi and Cai for Generation Z

Liu Limiao¹, Zhang Han¹

1.School of Arts, Heilongjiang University, Heilongjiang, Harbin, China

Abstract: The expression “Fu, Lu, Shou, Xi and Cai” is a widely recognized composite form of Chinese auspicious culture. It conveys popular expectations concerning overall well-being, social development, health and longevity, positive emotions, and material security. In a media environment deeply shaped by mobile platforms, short videos and online communities, traditional auspicious culture has gained new opportunities for circulation. At the same time, it faces problems such as superficial symbolism, utilitarian interpretation, weakened historical context and homogeneous communication. Using literature review, conceptual analysis and interdisciplinary synthesis, this paper examines the historical formation, value structure, symbolic mechanisms and social functions of Fu, Lu, Shou, Xi and Cai. It then analyzes the structural difficulties involved in communicating this cultural complex to Generation Z. The study argues that the five terms did not constitute a fixed and unified system throughout Chinese history. Rather, they emerged from different auspicious concepts, beliefs and ritual practices and were gradually combined in modern popular expression. Their contemporary significance should therefore be reinterpreted beyond the narrow pursuit of luck, official promotion and sudden wealth. Fu may be understood as comprehensive well-being and belonging; Lu as development opportunities and social recognition; Shou as physical and mental health and intergenerational responsibility; Xi as positive emotion and relational connection; and Cai as material security, labor ethics and responsible use of resources. The concept of Generation Z is useful for describing a media environment characterized by mobility, visibility, interaction and community participation, but it should not be treated as an essential and homogeneous generational identity. Effective communication should be built on historical clarification, contextual storytelling, layered content, participatory cultural practice, ethical governance and multidimensional evaluation. The purpose is not simply to make traditional symbols appear younger, but to establish credible connections between inherited cultural memories and contemporary life. This framework provides a theoretical reference for the creative transformation of Chinese auspicious culture, the construction of youth cultural identity and the digital communication of fine traditional Chinese culture.

Keywords: Generation Z; Fu Lu Shou Xi Cai; Auspicious Culture; Cultural Identity; Communication Pathways