2020年中国汉服行业前景分析报告-行业深度调研与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国汉服行业前景分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/495487495487.html

报告价格：电子版: 8200元　纸介版：8200元　电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联 系 人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

汉服，全称为“汉民族传统服饰”，并非汉朝的服饰，而是中华传统服饰。汉服定型于周朝，在汉朝时依据四书五经形成了完备的冠服体系，是我国礼仪文化的体现。汉服传承了30多项中国非物质文化遗产以及受保护的中国工艺美术，主要分为“深衣”制（上衣下裳缝连）、“上衣下裳”制（上衣下裳分开）、“襦裙”制（襦，即短衣）等类型。

我国汉服形制类型

形制

定义

适用人群

适用场景

特点

深衣制

上衣和下裳分开裁剪，在腰部相连，形成整体

男女均可穿，为百官及士人常服

日常

属于休闲类服饰，普及率很高，流传的时间长达三千多年

上衣下裳制

分为上身穿的和下身穿的衣物

君主百官

祭祀等隆重仪式

上衣颜色端正且纯一，下裳色彩相交错

襦裙制

主要有齐胸襦裙、齐腰襦裙、对襟襦裙等

妇女，普通劳动人民

一般用于常服

属于上衣下裳制资料来源：公开资料整理

随着我国居民消费理念转变，愈发重视精神文明消费，以及年轻消费群体的成长，近年来我国汉服行业迎来高增长。数据显示，2019年中国汉服市场销售规模达到45.2亿元，同比增长318.5%，预计2020年将保持增长趋势，其市场规模将进一步扩大。

2015-2019年我国汉服市场销售规模以及同比增长

数据来源：中国汉服协会

近年来“汉服热”兴起，汉服产业这一小众市场正逐渐步入大众视野，我国汉服爱好者基

数不断扩大，保持高增长趋势。数据显示，自2016年来，我国汉服爱好者数量逐年保持70%以上的高增长，2019年我国汉服爱好者高达356.1万人，同比增长74.4%，2020年预计将达到605.4万人，同比增长70%。

2015-2020年我国汉服爱好者数量以及同比增长　　数据来源：中国汉服协会

从汉服文化传播渠道来看，数据显示，2020年Q1我国网民接触汉服文化的主要渠道为古装剧、网络社交媒体，两者占比分别为61.7%、50.5%。

2020年Q1我国网民接触汉服文化的主要渠道占比

数据来源：公开资料整理

从购买渠道来看，电商平台成为我国汉服消费者购买汉服的主要渠道，数据显示，2020年Q1我国汉服消费者在电商平台购买汉服的占比为76.2%。

2020年Q1我国汉服消费者购买汉服渠道占比　　数据来源：公开资料整理

从购买意愿来看，2020年Q1我国超六成网民表示有意愿购买汉服，汉服潜在消费市场空间可观。

从消费者偏好来看，由于汉服消费主要针对年轻群体，文化偏好成汉服消费转化的主要驱动因素，观赏性及汉服文化对其吸引力最大。数据显示，2020年Q1我国有40.5%的受访汉服消费者购买汉服的因素为喜欢汉服文化。

2020年Q1我国汉服消费者消费偏好占比　　数据来源：公开资料整理

从穿着场景来看，穿着繁琐、群众接受度低成为我国汉服爱好者的主要购买顾虑因素，受形式和观念的限制，其穿着场景局限性高。数据显示，2020年Q1我国有55.9%的汉服消费者表示不会在日常生活穿着汉服。

2020年Q1我国消费者穿着场景汉服占比　　数据来源：公开资料整理

未来汉服要进一步拓展使用场景，应更多考虑结合现代因素，在现代服装中融合汉服元素，使其消费市场扩大。未来随着汉服穿着观念普及，以及更多融合汉服元素的现代服装系列推出，我国汉服产业将加速发展。（shz）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国汉服行业前景分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威

数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。　　它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。　　本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。　【报告大纲】 第一章 2017-2020年中国汉服行业发展概述第一节 汉服行业发展情况概述一、汉服行业相关定义二、汉服行业基本情况介绍三、汉服行业发展特点分析第二节　中国汉服行业上下游产业链分析一、产业链模型原理介绍二、汉服行业产业链条分析三、中国汉服行业产业链环节分析1、上游产业2、下游产业第三节　中国汉服行业生命周期分析一、汉服行业生命周期理论概述二、汉服行业所属的生命周期分析第四节　汉服行业经济指标分析一、汉服行业的赢利性分析二、汉服行业的经济周期分析三、汉服行业附加值的提升空间分析第五节　中国汉服行业进入壁垒分析一、汉服行业资金壁垒分析二、汉服行业技术壁垒分析三、汉服行业人才壁垒分析四、汉服行业品牌壁垒分析五、汉服行业其他壁垒分析　　第二章 2017-2020年全球汉服行业市场发展现状分析第一节　　全球汉服行业发展历程回顾第二节　全球汉服行业市场区域分布情况第三节　亚洲汉服行业地区市场分析一、亚洲汉服行业市场现状分析二、亚洲汉服行业市场规模与市场需求分析三、亚洲汉服行业市场前景分析第四节　北美汉服行业地区市场分析一、北美汉服行业市场现状分析二、北美汉服行业市场规模与市场需求分析三、北美汉服行业市场前景分析第五节　欧盟汉服行业地区市场分析一、欧盟汉服行业市场现状分析二、欧盟汉服行业市场规模与市场需求分析三、欧盟汉服行业市场前景分析第六节 全球汉服行业重点企业分析一、企业A1、企业介绍2、企业主营产品3、企业经营分析二、企业B1、企业介绍2、企业主营产品3、企业经营分析三、企业C1、企业介绍2、企业主营产品3、企业经营分析第七节　　2021-2026年世界汉服行业分布走势预测第八节　2021-2026年全球汉服行业市场规模预测 第三章 中国汉服产业发展环境分析第一节 我国宏观经济环境分析一、中国GDP增长情况分析二、工业经济发展形势分析三、社会固定资产投资分析四、全社会消费品汉服总额五、城乡居民收入增长分析六、居民消费价格变化分析七、对外贸易发展形势分析第二节

中国汉服行业政策环境分析一、行业监管体制现状二、行业主要政策法规第三节 中国汉服产业社会环境发展分析一、人口环境分析二、教育环境分析三、文化环境分析四、生态环境分析五、消费观念分析 第四章 中国汉服行业运行情况第一节 中国汉服行业发展状况情况介绍一、行业发展历程回顾二、行业创新情况分析三、行业发展特点分析第二节
中国汉服行业市场规模分析第三节 中国汉服行业供应情况分析第四节
中国汉服行业需求情况分析第五节 中国汉服行业供需平衡分析第六节
中国汉服行业发展趋势分析 第五章 中国汉服所属行业运行数据监测第一节
中国汉服所属行业总体规模分析一、企业数量结构分析二、行业资产规模分析第二节 中国汉服所属行业产销与费用分析一、流动资产二、销售收入分析三、负债分析四、利润规模分析五、产值分析第三节 中国汉服所属行业财务指标分析一、行业盈利能力分析二、行业偿债能力分析三、行业营运能力分析四、行业发展能力分析 第六章
2017-2020年中国汉服市场格局分析第一节中国汉服行业竞争现状分析一、中国汉服行业竞争情况分析二、中国汉服行业主要品牌分析第二节 中国汉服行业集中度分析一、中国汉服行业市场集中度分析二、中国汉服行业企业集中度分析第三节
中国汉服行业存在的问题第四节 中国汉服行业解决问题的策略分析第五节 中国汉服行业竞争力分析一、生产要素二、需求条件三、支援与相关产业四、企业战略、结构与竞争状态五、政府的作用 第七章 2017-2020年中国汉服行业需求特点与动态分析第一节
中国汉服行业消费市场动态情况第二节 中国汉服行业消费市场特点分析一、需求偏好二、价格偏好三、品牌偏好四、其他偏好第三节 汉服行业成本分析第四节 汉服行业价格影响因素分析一、供需因素二、成本因素三、渠道因素四、其他因素第五节
中国汉服行业价格现状分析第六节 中国汉服行业平均价格走势预测一、中国汉服行业价格影响因素二、中国汉服行业平均价格走势预测三、中国汉服行业平均价格增速预测 第八章
2017-2020年中国汉服行业区域市场现状分析第一节中国汉服行业区域市场规模分布第二节
中国华东地区汉服市场分析一、华东地区概述二、华东地区经济环境分析三、华东地区汉服市场规模分析四、华东地区汉服市场规模预测第三节 华中地区市场分析一、华中地区概述二、华中地区经济环境分析三、华中地区汉服市场规模分析四、华中地区汉服市场规模预测第四节 华南地区市场分析一、华南地区概述二、华南地区经济环境分析三、华南地区汉服市场规模分析四、华南地区汉服市场规模预测 第九章
2017-2020年中国汉服行业竞争情况第一节中国汉服行业竞争结构分析（波特五力模型）一、现有企业间竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、客户议价能力第二节 中国汉服行业SWOT分析一、行业优势分析二、行业劣势分析三、行业机会分析四、行业威胁分析第三节中国汉服行业竞争环境分析（PEST）一、政策环境二、经济环境三、社会环境四、技术环境 第十章 汉服行业企业分析（随数据更新有调整）第一节
企业一、企业概况二、主营产品三、发展现状四、优劣势分析第二节
企业一、企业概况二、主营产品三、发展现状四、优劣势分析第三节

企业一、企业概况二、主营产品三、发展现状四、优劣势分析第四节
企业一、企业概况二、主营产品三、发展现状四、优劣势分析第五节
企业一、企业概况二、主营产品三、发展现状四、优劣势分析 第十一章 2021-2026年中国汉服行业发展前景分析与预测第一节中国汉服行业未来发展前景分析一、汉服行业国内投资环境分析二、中国汉服行业市场机会分析三、中国汉服行业投资增速预测第二节 中国汉服行业未来发展趋势预测第三节 中国汉服行业市场发展预测一、中国汉服行业市场规模预测二、中国汉服行业市场规模增速预测三、中国汉服行业产值规模预测四、中国汉服行业产值增速预测五、中国汉服行业供需情况预测第四节 中国汉服行业盈利走势预测一、中国汉服行业毛利润同比增速预测二、中国汉服行业利润总额同比增速预测 第十二章 2021-2026年中国汉服行业投资风险与营销分析第一节 汉服行业投资风险分析一、汉服行业政策风险分析二、汉服行业技术风险分析三、汉服行业竞争风险分析四、汉服行业其他风险分析第二节 汉服行业企业经营发展分析及建议一、汉服行业经营模式二、汉服行业销售模式三、汉服行业创新方向第三节 汉服行业应对策略一、把握国家投资的契机二、竞争性战略联盟的实施三、企业自身应对策略 第十三章 2021-2026年中国汉服行业发展战略及规划建议第一节中国汉服行业品牌战略分析一、汉服企业品牌的重要性二、汉服企业实施品牌战略的意义三、汉服企业品牌的现状分析四、汉服企业的品牌战略五、汉服品牌战略管理的策略第二节 中国汉服行业市场的重点客户战略实施一、实施重点客户战略的必要性二、合理确立重点客户三、对重点客户的营销策略四、强化重点客户的管理五、实施重点客户战略要重点解决的问题第三节 中国汉服行业战略综合规划分析一、战略综合规划二、技术开发战略三、业务组合战略四、区域战略规划五、产业战略规划六、营销品牌战略七、竞争战略规划 第十四章 2021-2026年中国汉服行业发展策略及投资建议第一节中国汉服行业产品策略分析一、服务产品开发策略二、市场细分策略三、目标市场的选择第二节
中国汉服行业定价策略分析第三节
中国汉服行业营销渠道策略一、汉服行业渠道选择策略二、汉服行业营销策略第四节
中国汉服行业价格策略第五节 观研天下行业分析师投资建议一、中国汉服行业重点投资区域分析二、中国汉服行业重点投资产品分析 图表详见正文· · · · · · 更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/495487495487.html