

中国新汉服行业发展现状分析与投资前景研究报告（2022-2029年）

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《中国新汉服行业发展现状分析与投资前景研究报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202211/616859.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

过去几年间我国汉服行业的快速扩张，过渡营销，以及抄袭、低价战、资本入局等系列变量使得市场竞争愈发激烈，行业发展也迎来了分水岭。从去年开始我国汉服行业进入了闭店潮，据不完全统计，从2021年下半年至今，已经有近20家知名汉服品牌宣布关店，今年以来，包括花笺溪、城南庄，衣锦九都汉服和梨花渡等汉服爱好者耳熟能详的品牌也陆续宣布闭店，也令外界唏嘘不已。与此同时，我国新汉服行业开始崛起，并已突破百亿级市场规模。根据数据显示，截止至2021年年底，我国新汉服市场规模已经增长至101亿元左右，同比增长约为6.4%。

资料来源：公开资料整理

一、优势

与传统汉服相比，新汉服行业最大的优势就是其产品更加多元化、大众化、日常化。

新汉服，是在保留汉民族传统服饰典型形制特征的基础上，结合当下大众的多元穿着情境和时尚美学加以创新的汉服体系，因此其比传统汉服的元素更加多元。而且新汉服的设计风格、穿着习惯更符合现代需求审美，例如“通勤汉元素”的新汉服在日常逛街、商务出行等场景均可适用；再例如改良后的马面裙，女孩们穿上之后也能坐公交、骑单车、玩滑板、和闺蜜逛街等，因此新汉服比传统汉服更加的大众化、日常化。

新汉服多元化、大众化、日常化的优势也使得其更容易打开大众市场，并推动行业市场消费者规模稳步增长。根据数据显示，截止到2021年我国新汉服用户规模已经突破千万人，约为1021万人，较上一年同比增长约为14.4%。

资料来源：公开资料整理

二、劣势

近几年来尽管我国新汉服凭借其自身优势，获得消费者们的青睐，市场规模也得到扩容，但是，当前我国新汉服行业仍然存在着三大劣势，具体如下：

资料来源：观研天下整理

一方面，我国新汉服行业正处于快速发展阶段，玩家纷纷涌入，市场百花齐放。然而当前行业只有少数头部品牌企业具备较强的设计能力，其余大部分竞争者都存在产品高度同质化甚至是抄袭的问题。而且由于新汉服行业发展时间不长，行业缺乏专业的设计人才，因此许多品牌企业在设计能力不足之时便只能不停地去做老款。这些都使得新汉服行业同质化竞争愈发严重。

另一方面，由于汉服特有的刺绣、剪裁等工艺，使其生产成本较高，在新汉服中还需保留部分汉服的元素，所以其生产成本也相对于其他日常服饰更高，而且考虑到当前汉服的受众范

围并不广，因此新汉服也还未产生规模效应降低制造成本。当前新汉服行业同质化竞争激烈，各厂商的产品价格也难以提升，成本高，价格难以上涨，这便导致我国新汉服行业整体利润空间偏小，盈利能力尚有不足。

除此之外，当前我国新汉服产业链尚未成熟。新汉服的设计生产制造，是需要从学术文化研究到产品设计再到生产制造，在一过程中制式、文化研究、设计师策划、绘图、制版、选料、工厂绣花、印染、剪裁、材料等多方面涉及的流程工序复杂且要求较多。而现有的产业链并未发展到可以完全解决各个环节问题的成熟阶段，这也导致了我国新汉服行业内存在生产周期不可控，预售时间过长、制衣材料难以满足要求、绣花印染工艺不达标、甚至产品质量参差不齐等问题，从而影响了行业的进一步发展。

资料来源：观研天下整理

三、机遇

搭乘“国潮”文化东风，百迭裙、马面裙、云肩、褙子、霞帔等这些曾在我国不同历史朝代中被广泛使用的传统服装形制正在以更新潮、更时尚的面貌——新汉服，重新融入我国当代生活，成为年轻人亚文化的一个重要组成部分。近些年来我国国家层面对于优秀传统文化的扶持愈加重视，中央政策方面，早在2017年发布的《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》，其中提到的“切实把中华优秀传统文化传承发展工作摆上重要日程，支持中华优秀传统文化传承发展重点项目，对中华优秀传统文化传承发展有关工作作出制度性安排”被认为是中华传统文化重新崛起的重要节点和汉服崛起的重要开端，此后我国团中央也牵头举办“中华华服日”等传统文化活动。中央政策的扶持为汉服产业发展创造了利好环境，这一过程也有利于大众有更多机会接触汉服文化，提高大众对汉服的兴趣，也为新汉服市场的推广搭桥铺路，进一步扩大新汉服的受众群体，为新汉服行业发展带来机遇。

资料来源：观研天下整理

除了政策环境利好之外，我国文化自信回归，大众对汉服认知改变也成为我国新汉服行业发展的一大机遇。一方面，国家实力崛起促使文化自信回归，汉服文化迎来升温，新一代消费群体对民族认同感不断提升，中国传统文化愈加受到重视，大众对传统文化重视的回潮，为汉服文化发展提供了契机；另一方面，近两年，在新媒体平台如抖音、小红书等助力下，汉服文化得以传播，使得文化自信回归，大众对汉服认知得以改变，这也为我国新汉服发展提供机遇。

有调研数据显示，2022年消费者选择青睐汉服的原因中汉服相关元素符合审美，占比79.6%；而且通勤汉元素”入围2022年淘宝天猫秋冬9大风格趋势。由此可见在我国文化自信回归背景下，愈来愈多的人喜欢汉服元素，新汉服也正逐渐成为部分消费者的潮流之选。

四、威胁

威胁来看，受到新冠疫情影响，近两年我国经济大环境相对紧张。而且，由于我国新汉服产

业链尚不成熟，利润空间小，目前资本也没有下场，很多人投资者暂时对于汉服都处于一种观望的态度，这也是我国新汉服行业发展的威胁之一。

另外，近几年，新汉服的热度在持续提升，大众对汉服认知得到改变。但是，新汉服在走向大众的过程中，即有对于汉服存在认知误区的大众，其仍然认为汉服形制特异性，不符合其审美，同时也有一些传统汉服爱好者不太承认“新汉服”，不愿意接受“现代汉服概念”。这是我国新汉服行业发展的第二大威胁。

资料来源：观研天下整理

五、总结

总的来说，我国新汉服作为汉服的分支具有与时俱进的特性。行业SWOT分析来看，行业内部既存在优势，也存在劣势，同时新汉服行业外部机遇和威胁也并存。

具体来看，近几年，新汉服也凭借其先锋创新性、产品多元化、大众化、日常化优势使得其市场热度得到持续提升，市场规模稳步增长。尽管如此，但是行业仍然存在同质化竞争、利润空间小、产业链尚不成熟等劣势。外部机遇威胁方面，一方面，国家政策利好，政府大力扶持，文化自信回归，大众汉服认知改变，使得行业发展迎来机遇；但是另一方面，行业当前经济环境紧张，新汉服在走向大众化过程较为存在一定威胁。

资料来源：观研天下整理

对此，我国新汉服行业需最大限度发挥其优势，不断创新出优质产品，并推出适用于各种场合的新汉服，丰富其使用场景，使得新汉服变得更加常服化；同时各企业之间应当走差异化路线，避免同质化竞争，同时头部品牌需带头积极做出努力，针对刺绣、材料、批量生产和标准制定等多个关键领域积极探索，不断创新开拓，从而促进新汉服行业产业链的进一步完善，积极努力改变行业劣势。另外，新汉服行业还需充分利用其迎来的机遇，并提高其盈利能力，规避威胁，同时鼓励当前新汉服消费者、爱好者积极提倡、推广的新汉服。

总而言之，近几年，乐于接受汉服文化的人群也在扩大，新汉服用户规模也在稳步扩大，新汉服也正逐渐成为部分消费者的潮流之选，可见新汉服与当代审美相结合后，新汉服拥有巨大潜力走入到消费者们的日常生活中。当前新汉服市场占服装市场仅有0.8%的比重，未来，随着新汉服样式设计不断贴合生活各类场景，其有望占领日常服饰一壁江山。（LQM）

观研报告网发布的《中国新汉服行业发展现状分析与投资前景研究报告（2022-2029年）》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，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。

。

行业报告是业内企业、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局数据，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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国新汉服行业发展概述

第一节 新汉服行业发展情况概述

- 一、新汉服行业相关定义
- 二、新汉服特点分析
- 三、新汉服行业基本情况介绍
- 四、新汉服行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、新汉服行业需求主体分析

第二节 中国新汉服行业生命周期分析

- 一、新汉服行业生命周期理论概述
- 二、新汉服行业所属的生命周期分析

第三节 新汉服行业经济指标分析

- 一、新汉服行业的赢利性分析
- 二、新汉服行业的经济周期分析
- 三、新汉服行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球新汉服行业市场发展现状分析

第一节全球新汉服行业发展历程回顾

第二节全球新汉服行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲新汉服行业地区市场分析

一、亚洲新汉服行业市场现状分析

二、亚洲新汉服行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲新汉服行业市场前景分析

第四节北美新汉服行业地区市场分析

一、北美新汉服行业市场现状分析

二、北美新汉服行业市场规模与市场需求分析

三、北美新汉服行业市场前景分析

第五节欧洲新汉服行业地区市场分析

一、欧洲新汉服行业市场现状分析

二、欧洲新汉服行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲新汉服行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界新汉服行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球新汉服行业市场规模预测

第三章 中国新汉服行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对新汉服行业的影响分析

第三节中国新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

三、主要行业标准

第四节政策环境对新汉服行业的影响分析

第五节中国新汉服行业产业社会环境分析

第四章 中国新汉服行业运行情况

第一节中国新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

第二节中国新汉服行业市场规模分析

一、影响中国新汉服行业市场规模的因素

- 二、中国新汉服行业市场规模
- 三、中国新汉服行业市场规模解析
- 第三节中国新汉服行业供应情况分析
 - 一、中国新汉服行业供应规模
 - 二、中国新汉服行业供应特点
- 第四节中国新汉服行业需求情况分析
 - 一、中国新汉服行业需求规模
 - 二、中国新汉服行业需求特点
- 第五节中国新汉服行业供需平衡分析

第五章 中国新汉服行业产业链和细分市场分析

- 第一节中国新汉服行业产业链综述
 - 一、产业链模型原理介绍
 - 二、产业链运行机制
 - 三、新汉服行业产业链图解
- 第二节中国新汉服行业产业链环节分析
 - 一、上游产业发展现状
 - 二、上游产业对新汉服行业的影响分析
 - 三、下游产业发展现状
 - 四、下游产业对新汉服行业的影响分析
- 第三节我国新汉服行业细分市场分析
 - 一、细分市场一
 - 二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国新汉服行业市场竞争分析

- 第一节中国新汉服行业竞争现状分析
 - 一、中国新汉服行业竞争格局分析
 - 二、中国新汉服行业主要品牌分析
- 第二节中国新汉服行业集中度分析
 - 一、中国新汉服行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国新汉服行业市场集中度分析
- 第三节中国新汉服行业竞争特征分析
 - 一、企业区域分布特征
 - 二、企业规模分布特征
 - 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国新汉服行业模型分析

第一节中国新汉服行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国新汉服行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国新汉服行业SWOT分析结论

第三节中国新汉服行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国新汉服行业需求特点与动态分析

第一节中国新汉服行业市场动态情况

第二节中国新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

第三节新汉服行业成本结构分析

第四节新汉服行业价格影响因素分析

- 一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国新汉服行业价格现状分析

第六节中国新汉服行业平均价格走势预测

一、中国新汉服行业平均价格趋势分析

二、中国新汉服行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国新汉服行业所属行业运行数据监测

第一节中国新汉服行业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

第二节中国新汉服行业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

第三节中国新汉服行业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

第十章 2018-2022年中国新汉服行业区域市场现状分析

第一节中国新汉服行业区域市场规模分析

一、影响新汉服行业区域市场分布的因素

二、中国新汉服行业区域市场分布

第二节中国华东地区新汉服行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区新汉服行业市场分析

(1) 华东地区新汉服行业市场规模

(2) 华南地区新汉服行业市场现状

(3) 华东地区新汉服行业市场规模预测

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、华中地区新汉服行业市场分析

(1) 华中地区新汉服行业市场规模

(2) 华中地区新汉服行业市场现状

(3) 华中地区新汉服行业市场规模预测

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、华南地区新汉服行业市场分析

(1) 华南地区新汉服行业市场规模

(2) 华南地区新汉服行业市场现状

(3) 华南地区新汉服行业市场规模预测

第五节华北地区新汉服行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区新汉服行业市场分析

(1) 华北地区新汉服行业市场规模

(2) 华北地区新汉服行业市场现状

(3) 华北地区新汉服行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区新汉服行业市场分析

(1) 东北地区新汉服行业市场规模

(2) 东北地区新汉服行业市场现状

(3) 东北地区新汉服行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区新汉服行业市场分析

(1) 西南地区新汉服行业市场规模

(2) 西南地区新汉服行业市场现状

(3) 西南地区新汉服行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区新汉服行业市场分析

（1）西北地区新汉服行业市场规模

（2）西北地区新汉服行业市场现状

（3）西北地区新汉服行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国新汉服行业市场规模区域分布预测

第十一章 新汉服行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
-

第十二章 2022-2029年中国新汉服行业发展前景分析与预测

第一节 中国新汉服行业未来发展前景分析

- 一、新汉服行业国内投资环境分析
- 二、中国新汉服行业市场机会分析
- 三、中国新汉服行业投资增速预测

第二节 中国新汉服行业未来发展趋势预测

第三节 中国新汉服行业规模发展预测

- 一、中国新汉服行业市场规模预测
- 二、中国新汉服行业市场规模增速预测
- 三、中国新汉服行业产值规模预测
- 四、中国新汉服行业产值增速预测
- 五、中国新汉服行业供需情况预测

第四节 中国新汉服行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国新汉服行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国新汉服行业进入壁垒分析

- 一、新汉服行业资金壁垒分析
- 二、新汉服行业技术壁垒分析
- 三、新汉服行业人才壁垒分析
- 四、新汉服行业品牌壁垒分析
- 五、新汉服行业其他壁垒分析

第二节 新汉服行业风险分析

- 一、新汉服行业宏观环境风险
- 二、新汉服行业技术风险
- 三、新汉服行业竞争风险
- 四、新汉服行业其他风险

第三节 中国新汉服行业存在的问题

第四节 中国新汉服行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国新汉服行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国新汉服行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国新汉服行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 新汉服行业营销策略分析

一、新汉服行业产品策略

二、新汉服行业定价策略

三、新汉服行业渠道策略

四、新汉服行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202211/616859.html>