

2021年中国文创杂货零售市场分析报告- 市场竞争现状与投资前景研究

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《2021年中国文创杂货零售市场分析报告-市场竞争现状与投资前景研究》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/baihuo/537974537974.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

文创杂货零售店是指设计师设计的，以文化创意为载体融合了动漫、绘画和艺术等元素的品种多样的生活日用品的集合店。文创杂货店通常定位于15-35年的年轻人，整体风格追求新潮和时尚。根据用途不同，文创杂货可以分为生活数码、穿搭配饰、玩具盲盒、手账文具四类。

文创杂货零售店产品分类

文创杂货零售店产品

简介

生活数码

可以在日常生活中使用的潮流数码及电子产品及其配件，主要包括手机配件、音乐产品以及其他家用设备。手机配件如移动电源、手机壳、数据线。音乐产品如耳机、音箱。其他家用设备如儿童手表、加湿器、暖手宝等。

穿搭配饰

穿着打扮中除衣物外所有可移动的元素统称配饰。在穿衣搭配时靠配饰起到画龙点睛的作用。文创杂货的配饰主要包括首饰、帽子、包袋、袜子等。

玩具盲盒

玩具：泛指可用来玩的物品，具有娱乐性、教育性、安全性3个基本特征，文创玩具指融化了绘画、雕塑等元素的成人玩具。盲盒：一种类似彩票的商品，商家将任一动漫、影视作品的周边、或设计师设计的玩偶玩具放入密闭盒子内，消费者拆开后才知晓其所抽中的商品类型。

手账文具

手账，来源日本，是集日程安排、生活感悟、读书心得、消费收支，甚至百科全书为一身的手册，并配以精美的手绘插图，还会用彩色胶带、贴纸、印章等来装点，具有文创性质。

数据来源：公开资料整理

在杂货零售行业内，与文创杂货店类型较为相似的是传统“十元店”和生活杂货店，文创杂货店产品定位兼具精品化和性价比，文创特征突出。

文创杂货零售店与传统“十元店”和生活杂货店对比

对比维度

传统“十元店”

文创杂货零售店

生活杂货店

店铺形态

小型零售店

中大型连锁店铺为主

中、小型零售店为主,部分品牌在核心商业区域设置大型旗舰店

店铺选址

人流量大的街道两旁

大型商业中心中

人流量大的闹市区或是大型商业中心中

门店装修

装修简单,没有风格

风格时尚,迎合年轻人审美

风格简约,受众人群众广泛

投资费用

前期投资成本及经营费用整体较低

前期投资成本及经营费用整体较高

前期投资成本及经营费用整体低于生活杂货店,高于传统十元店

产品种类

产品种类丰富,集服装、饰品、化妆品、礼品、文体用品、家居用品、日用百货于一体

产品种类相对单一,走精品化路线,主要有礼品、生活数码、穿搭配饰、玩具盲盒、手账文具

五类

产品种类齐全,类别从文具、化妆品,到厨房基本用具甚至家具皆有涉及

产品价格

同质化竞争较为严重,多以价格战方式吸引客户

注重消费体验,联名款价格相对较高

注重性价比,产品质量高于“十元”店 数据来源:公开资料整理

我国文创杂货零售行业起步于2016年,近年来发展迅速,预计到2023年将达到千亿规模,2019到2023年间年复合增长率达到42%。

我国我国文创杂货零售行业发展历程

阶段

发展历程

第一阶段(萌芽阶段)

2010年以前,杂货礼品店布局分散,以“二元店”、“十元店”为主,主要集中在学校、居民区或旅游景区附近,以单一店铺为主。货品一般来源于小商品市场,质量较差。同时,市场上也出现了一些带有创意感的小商品或礼品,文创杂货零售行业开始萌芽。

第二阶段(起步阶段)

2010-2015年，无印良品等国外生活杂货用品店大规模进入国内，给国内杂货零售市场带来了新的发展思路。文创杂货店开始出现，但由于仍处于发展初期，普遍规模较小，且产品线单一，创新力不足。

第三阶段(发展阶段)

2015-2020年，国内连锁文创杂货品牌大量涌现。随着文创IP这一概念热度不断提高，杂货店铺纷纷选择与IP进行合作或联名，进军文创杂货领域。但是总体来说行业成熟度仍然不高，产品质量参差不齐且同质化严重，IP多集中在盲盒、玩偶等有限的产品中。

第四阶段（成熟阶段）

未来，文创杂货零售行业将逐渐走向成熟，文创IP将走向多样化，出现更多的大型连锁文创杂货零售品牌，且各品牌之间风格将会出现明显差异，产品出现多样化、精品化的特征。

数据来源：公开资料整理

目前线下实体店仍是文创杂货零售市场销售的主要渠道，销售额占整个市场规模的95%以上，近年来行业内品牌快速出现和线下门店数量迅速增加，受疫情影响，2020年行业内品牌销售额受到较大影响，门店扩张计划也处于暂停，随着疫情的好转，未来仍将维持快速增长状态。沉浸式体验将成为行业发展趋势，品牌通过装修布置、举办活动和运用新技术与消费者达成互动，并通过社交电商提高用户的留存度。

我国文创杂货零售市场销售占比情况 数据来源：公开资料整理（zlj）

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。《2021年中国文创杂货零售市场分析报告-市场竞争现状与投资前景研究》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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国文创杂货零售行业发展概述

第一节 文创杂货零售行业发展情况概述

- 一、文创杂货零售行业相关定义
- 二、文创杂货零售行业基本情况介绍
- 三、文创杂货零售行业发展特点分析
- 四、文创杂货零售行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、文创杂货零售行业需求主体分析

第二节 中国文创杂货零售行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、文创杂货零售行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国文创杂货零售行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国文创杂货零售行业生命周期分析

- 一、文创杂货零售行业生命周期理论概述
- 二、文创杂货零售行业所属的生命周期分析

第四节 文创杂货零售行业经济指标分析

- 一、文创杂货零售行业的赢利性分析
- 二、文创杂货零售行业的经济周期分析
- 三、文创杂货零售行业附加值的提升空间分析

第五节 中国文创杂货零售行业进入壁垒分析

- 一、文创杂货零售行业资金壁垒分析
- 二、文创杂货零售行业技术壁垒分析
- 三、文创杂货零售行业人才壁垒分析
- 四、文创杂货零售行业品牌壁垒分析
- 五、文创杂货零售行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球文创杂货零售行业市场发展现状分析

第一节 全球文创杂货零售行业发展历程回顾

第二节 全球文创杂货零售行业市场区域分布情况

第三节 亚洲文创杂货零售行业地区市场分析

- 一、亚洲文创杂货零售行业市场现状分析
- 二、亚洲文创杂货零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲文创杂货零售行业市场前景分析

第四节 北美文创杂货零售行业地区市场分析

- 一、北美文创杂货零售行业市场现状分析
- 二、北美文创杂货零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美文创杂货零售行业市场前景分析

第五节 欧洲文创杂货零售行业地区市场分析

- 一、欧洲文创杂货零售行业市场现状分析
- 二、欧洲文创杂货零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲文创杂货零售行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界文创杂货零售行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球文创杂货零售行业市场规模预测

第三章 中国文创杂货零售产业发展环境分析

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、全社会消费品文创杂货零售总额
- 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 中国文创杂货零售行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国文创杂货零售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 中国文创杂货零售行业运行情况

第一节 中国文创杂货零售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 中国文创杂货零售行业市场规模分析

第三节 中国文创杂货零售行业供应情况分析

第四节 中国文创杂货零售行业需求情况分析

第五节 我国文创杂货零售行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国文创杂货零售行业供需平衡分析

第七节 中国文创杂货零售行业发展趋势分析

第五章 中国文创杂货零售所属行业运行数据监测

第一节 中国文创杂货零售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 中国文创杂货零售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 中国文创杂货零售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年中国文创杂货零售市场格局分析

第一节 中国文创杂货零售行业竞争现状分析

- 一、中国文创杂货零售行业竞争情况分析
- 二、中国文创杂货零售行业主要品牌分析

第二节 中国文创杂货零售行业集中度分析

- 一、中国文创杂货零售行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国文创杂货零售行业市场集中度分析

第三节 中国文创杂货零售行业存在的问题

第四节 中国文创杂货零售行业解决问题的策略分析

第五节 中国文创杂货零售行业钻石模型分析

- 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年中国文创杂货零售行业需求特点与动态分析

第一节 中国文创杂货零售行业消费市场动态情况

第二节 中国文创杂货零售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 文创杂货零售行业成本结构分析

第四节 文创杂货零售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 中国文创杂货零售行业价格现状分析

第六节 中国文创杂货零售行业平均价格走势预测

- 一、中国文创杂货零售行业价格影响因素
- 二、中国文创杂货零售行业平均价格走势预测
- 三、中国文创杂货零售行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国文创杂货零售行业区域市场现状分析

第一节 中国文创杂货零售行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区文创杂货零售市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区文创杂货零售市场规模分析
- 四、华东地区文创杂货零售市场规模预测

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、华中地区文创杂货零售市场规模分析
- 四、华中地区文创杂货零售市场规模预测

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、华南地区文创杂货零售市场规模分析
- 四、华南地区文创杂货零售市场规模预测

第九章 2017-2020年中国文创杂货零售行业竞争情况

第一节 中国文创杂货零售行业竞争结构分析（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 中国文创杂货零售行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国文创杂货零售行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 文创杂货零售行业企业分析（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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

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

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国文创杂货零售行业发展前景分析与预测

第一节 中国文创杂货零售行业未来发展前景分析

一、文创杂货零售行业国内投资环境分析

二、中国文创杂货零售行业市场机会分析

三、中国文创杂货零售行业投资增速预测

第二节 中国文创杂货零售行业未来发展趋势预测

第三节 中国文创杂货零售行业市场发展预测

一、中国文创杂货零售行业市场规模预测

二、中国文创杂货零售行业市场规模增速预测

三、中国文创杂货零售行业产值规模预测

四、中国文创杂货零售行业产值增速预测

五、中国文创杂货零售行业供需情况预测

第四节 中国文创杂货零售行业盈利走势预测

一、中国文创杂货零售行业毛利润同比增速预测

二、中国文创杂货零售行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国文创杂货零售行业投资风险与营销分析

第一节 文创杂货零售行业投资风险分析

一、文创杂货零售行业政策风险分析

二、文创杂货零售行业技术风险分析

三、文创杂货零售行业竞争风险分析

四、文创杂货零售行业其他风险分析

第二节 文创杂货零售行业应对策略

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年中国文创杂货零售行业发展战略及规划建议

第一节 中国文创杂货零售行业品牌战略分析

一、文创杂货零售企业品牌的重要性

二、文创杂货零售企业实施品牌战略的意义

三、文创杂货零售企业品牌的现状分析

四、文创杂货零售企业的品牌战略

五、文创杂货零售品牌战略管理的策略

第二节 中国文创杂货零售行业市场重点客户战略实施

- 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 中国文创杂货零售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

第四节 文创杂货零售行业竞争力提升策略

- 一、文创杂货零售行业产品差异性策略
- 二、文创杂货零售行业个性化服务策略
- 三、文创杂货零售行业的促销宣传策略
- 四、文创杂货零售行业信息智能化策略
- 五、文创杂货零售行业品牌化建设策略
- 六、文创杂货零售行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国文创杂货零售行业发展策略及投资建议

第一节 中国文创杂货零售行业产品策略分析

- 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 中国文创杂货零售行业营销渠道策略

- 一、文创杂货零售行业渠道选择策略
- 二、文创杂货零售行业营销策略

第三节 中国文创杂货零售行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国文创杂货零售行业重点投资区域分析
- 二、中国文创杂货零售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/baihuo/537974537974.html>