

中国汉服市场竞争调查及营销前景分析报告2023-2028年

产品名称	中国汉服市场竞争调查及营销前景分析报告2023-2028年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国汉服市场竞争调查及营销前景分析报告2023-2028年【报告编号】:394307【出版时间】:2023年4月【出版机构】:中研智业研究院【交付方式】:EMIL电子版或特快专递【报告价格】:【纸质版】:6500元【电子版】:6800元【纸质+电子】:7000元
免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员。

第一章 汉服行业基本概述第一节 汉服相关界定一、汉服的基本内涵二、汉服结构与特点三、汉服的形制类型四、汉服的内生逻辑第二节 汉服文化价值及拓展一、汉服文化价值阐述二、汉服文化价值商业化第二章 2020-2022年三坑行业发展状况分析第一节 三坑行业发展综述一、三坑行业定义及分类二、三坑行业分类的对比三、三坑行业的发展历程第二节 三坑行业产业链分析一、三坑行业产业链图谱二、上游品牌梯队初步形成三、中游线下门店铺设提升用户体验四、三坑行业下游周边服务市场兴起第三节 2020-2022年中国三坑市场运行状况分析一、三坑市场发展规模二、三坑服饰与潮玩对比三、文化活动助推行业发展四、三坑行业消费体验提升五、三坑行业企业竞争格局第四节 中国三坑行业未来发展趋势分析一、三坑行业投资机会二、三坑行业营销趋势三、行业销售渠道趋势第三章 2020-2022年中国汉服行业发展环境分析第一节 经济环境一、宏观经济概况二、纺织工业发展三、固定资产投资四、对外经济分析五、宏观经济展望第二节 政策环境一、两会汉服相关提案二、汉服相关政策梳理三、汉服团体标准发布四、地方汉服政策解读第三节 社会环境一、人口规模构成二、社会消费规模三、居民收入水平四、居民消费水平五、传统文化推动六、热点事件引流第四节 技术环境一、现代新兴科学技术助推汉服宣传二、5G技术下汉服服装表演创新方式三、数字技术时代汉服产品的设计创新第四章 2020-2022年中国汉服市场运行状况分析第一节 2020-2022年中国汉服行业发展现状分析一、汉服行业发展历程二、汉服发展驱动因素三、汉服行业产业链条四、汉服市场发展规模五、汉服行业发展热点六、新汉服消费者规模七、汉服行业区域分布八、汉服APP发展进展第二节 2020-2022年中国汉服行业竞争态势分析一、企业竞争格局二、汉服品牌排行榜三、企业注册规模四、企业专利申请五、企业区域分布六、企业发展困境七、企业闭店动态第三节 我国汉服消费者行为洞察分析一、新汉服目标消费者现状二、消费者选择青睐新汉服的原因三、消费者购买新汉服的核心要素四、消费者购买新汉服的选择要素五、

消费者购买汉服的渠道分布六、消费者对汉服预期消费价格七、消费者汉服主要穿着的场景第四节
汉服行业重点区域发展状况——曹县一、曹县汉服行业发展回顾二、曹县汉服行业发展优势三、
曹县汉服行业发展现状四、曹县汉服行业发展成果五、曹县汉服设计研究院揭牌第五节
我国汉服行业发展问题分析一、汉服复兴危机与瓶颈二、汉服行业总体问题三、
汉服发展水土不服四、汉服行业发展矛盾五、汉服行业品牌问题六、汉服行业山寨问题七、
汉服行业规范问题第六节我国汉服行业发展建议和对策一、汉服破局路径分析二、
汉服行业发展对策三、汉服品牌营销对策四、汉服APP发展策略第五章
2020-2022年中国“汉服热”传播现象分析第一节“汉服热”传播的表现特性一、传播环境优化二、
大众视野宽广三、受众人群多元四、传播目标细化并统一第二节
2020-2022年中国汉服文化传播状况分析一、“汉服热”传播优缺点二、“汉服热”的传播规律三、
汉服文化传播的现状四、“汉服热”中融合文化五、汉服文化传播的动态六、
汉服文化传播的困境七、汉服文化传播的对策第三节“汉服热”传播影响因素与效用一、
“汉服热”传播环境影响因素二、“汉服热”文化氛围影响因素三、“汉服热”带来的传播效用四、
“汉服热”对传统文化的作用第四节新媒体环境下汉服传播状况分析一、
新媒体环境下汉服发展特点二、新媒体环境下汉服发展现状三、新媒体环境下汉服传播路径第五节
我国“汉服热”传播发展困境分析一、传播主体层面二、传播内容层面三、传播途径层面四、
传播受众层面第六节汉服文化短视频传播策略——以哔哩哔哩为例一、
哔哩哔哩网站汉服短视频传播发展现状二、汉服短视频主题呈现出引领时尚的趋势三、
汉服短视频内容表现出古今融合的特点四、文化自觉是汉服短视频受欢迎的深层原因五、
我国汉服短视频发展前景预测及发展建议第六章剧场角色体验下“汉服”形象塑造与应用分析第一节
“汉服”剧场化与角色特征分析一、“汉服”的剧场化表现二、“汉服”的角色特征分析三、
“汉服”剧场化角色形象溯源第二节“汉服”剧场化角色体验下的形象类型分类一、
宫廷剧角色体验下的“汉服”形象类别二、神话剧角色体验下的“汉服”形象类别三、
言情剧角色体验下的“汉服”形象类别四、武侠剧角色体验下的“汉服”形象类别第三节
剧场角色体验下的“汉服”形象塑造方式一、宫廷剧角色体验下的“汉服”形象塑造方式二、
神话剧角色体验下的“汉服”形象塑造方式三、言情剧角色体验下的“汉服”形象塑造方式四、
武侠剧角色体验下的“汉服”形象塑造方式第四节剧场角色体验下的“汉服”形象塑造案例一、
“妖兽精灵”型“汉服”形象塑造案例二、“将军侍卫”型“汉服”形象塑造案例三、
“才女”型“汉服”形象塑造案例第七章2020-2022年中国汉服行业重点品牌发展分析第一节
汉尚华莲一、品牌发展概述二、品牌市场销量三、品牌发展路径四、品牌战略合作五、
品牌发展问题六、品牌发展战略第二节十三余一、品牌发展概述二、品牌发展历程三、
品牌发展现状四、品牌融资动态五、品牌发展问题六、品牌发展路径七、品牌营销策略第三节
重回汉唐一、品牌发展概述二、品牌发展现状三、品牌销售情况四、企业联名跨界五、
品牌营销策略六、品牌发展经验第四节其他品牌一、盘子女人坊二、如梦霓裳三、华裳九州四、
钟灵记五、明华堂六、池夏第八章2023-2028年中国汉服行业发展前景和趋势预测第一节
中国汉服行业发展前景展望一、汉服行业发展机会二、汉服行业发展趋势三、
汉服行业发展前景第二节2023-2028年中国汉服行业预测分析一、
2023-2028年中国汉服行业影响因素分析二、2023-2028年中国汉服行业市场规模预测图表目录图表
中国汉服主要分类图表汉服的形制类型示意图图表三坑行业按服饰类别分类图表
三坑行业按国家分类图表JK制服、Lolita洋装及汉服基本特征对比图表中国三坑文化行业发展历程图表
中国三坑行业产业链图谱图表2021年三坑文化部分品牌线下门店铺设情况图表汉服周边服务介绍图表
2016-2025年三坑行业市场规模(按销售额计)图表三坑服饰与潮玩对比图表多种方式促进汉服出圈图表
三坑行业线下店铺竞争格局(按线下店铺数划分)图表三坑各类别服饰竞争格局(按销售额计)图表
中国三坑文化行业投资指南与投资风险图表2020年B站穿搭相关内容播放量图表
汉服爱好者参加文化活动次数占比图表2020-2021年抖音三坑行业相关搜索数据图表
三坑文化品牌线上线下渠道差异图表三坑线下渠道地位获得行业认可,2021年图表
2020年GDP*终核实数与初步核算数对比图表2021年GDP初步核算数据图表2022年GDP初步核算数据图表
2020-2021年我国固定资产投资(不含农户)同比增速图表
2021年固定资产投资(不含农户)主要数据图表
2021-2022年我国固定资产投资(不含农户)同比增速图表
2022年固定资产投资(不含农户)主要数据图表2016-2020年货物进出口总额图表

2020年货物进出口总额及其增长速度图表 2020年主要商品出口数量、金额及其增长速度图表
2020年主要商品进口数量、金额及其增长速度图表
2020年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重图表
2020年外商直接投资（不含银行、证券、保险领域）及其增长速度图表
2020年对外非金融类直接投资额及其增长速度图表 2020年社会消费品零售总额分月同比增长速度图表
2017-2021年社会消费品零售总额及其增长速度图表 2021-2022年社会消费品零售总额同比增速图表
2021-2022年按消费类型分零售额同比增速图表 2022年社会消费品零售总额主要数据图表
2020年全国居民人均可支配收入平均数与中位数图表 2021年居民人均可支配收入平均数与中位数图表
2022年全国及分城乡居民人均可支配收入与增速图表 2020年居民人均消费支出及构成图表
2021年居民人均消费支出及构成图表 2022年居民人均消费支出及构成图表
2022年大众对于中华传统文化的喜爱程度图表 2022年消费者对于主打民族文化融合产品的态度图表
大众对于“马面裙”事件的看法图表 中国汉服产业发展背景——技术发展图表
女性汉服款式划分模块图图表 女性汉服款式衣身模块图图表 女性汉服款式衣领模块图图表
女性汉服款式衣袖模块图图表 中国汉服产业链示意图图表 2019-2023年中国新汉服行业市场规模图表
新汉服在服装市场渗透率预测图表 2019-2023年中国新汉服行业消费者规模图表
新汉服消费者规模长期预测图表 我国四大新汉服产区基本情况图表 天猫电商平台前五品牌图表
2022年中国汉服品牌***榜单图表 2012-2021年汉服相关企业注册量及增速表现图表
汉服相关专利类型分布图表 我国汉服相关企业区域分布TOP10图表
我国汉服相关企业城市分布TOP10图表 2021年度淘宝汉服商家单品销量排名图表
2021淘宝汉服商家年度产值排名图表 2022年中国新汉服行业目标消费者性别分布图表
2022年中国新汉服目标消费者年龄分布图表 消费者对新汉服的兴趣度图表
消费者选择青睐新汉服的原因图表 消费者购买新汉服的决策动因图表 消费者购买新汉服的选择要素图表
消费者习惯购买渠道TOP3图表 消费者对新汉服预期消费价格区间图表 新汉服拓展场景选择率图表
汉服典型场景选择率图表 如今“汉服热”传统媒体与新媒体传播对比图表
各类文化与汉服文化的结合内容图表 不同参与群体“汉服热”传播效用对比图表
不同参与群体“汉服热”传播效用对比（续）图表 社会环境参与“汉服热”材料归纳图表
社会环境参与“汉服热”材料归纳（续）图表 2020-2021年全国景区汉服入园地区分布图表
2018-2021年国丝汉服节微博话题阅读量图表 2013-2020年中华礼乐大会微博话题阅读量图表
2013-2020年西塘汉服文化周微博及抖音播放量图表 古装剧影响下的汉服形象塑造图表
二次元文化影响下的汉服形象塑造图表 文物文献影响下的汉服形象塑造图表
不同题材角色设定下的汉服形象对标图表 “大唐贵妃”型角色体验设定下的汉服形象图表
“大明贵妇”型角色体验设定下的汉服形象图表 “官眷子女”型角色体验设定下的汉服形象图表
“妖兽精灵”型角色体验设定下的汉服形象图表 “神仙仙子”型角色体验设定下的汉服形象图表
“才女”型角色体验设定下的汉服形象图表 “歌姬”型角色体验设定下的汉服形象图表
“侠客隐士”型角色体验设定下的汉服形象图表 “将军侍卫”型角色体验设定下的汉服形象图表
“大唐贵妃”型汉服形象妆容方式分析图表 “大唐贵妃”型汉服款式搭配解析图表
“大唐贵妃”型汉服图案解析图表 “大明贵妇”型汉服形象妆容方式分析图表
“大明贵妇”型汉服款式搭配解析图表 “大明贵妇”型汉服图案解析图表
“官眷子女”型汉服形象妆容方式分析图表 “官眷子女”型汉服款式解析图表
“官眷子女”型汉服图案解析图表 “妖兽精灵”型汉服形象妆容方式分析图表
“妖兽精灵”型汉服款式解析图表 “妖兽精灵”型汉服图案解析图表
“神仙仙子”型汉服形象妆容方式分析图表 “神仙仙子”型汉服款式解析图表
“神仙仙子”型汉服图案解析图表 “才女”型汉服形象妆容方式分析图表 “才女”型汉服款式解析图表
“才女”型汉服图案解析图表 “歌姬”型汉服形象妆容方式分析图表 “歌姬”型汉服款式解析图表
“歌姬”型汉服图案解析图表 “侠客隐士”型汉服形象妆容方式分析图表
“侠客隐士”型汉服款式解析图表 “将军侍卫”型汉服形象妆容方式分析图表
“将军侍卫”型汉服款式解析图表 “将军侍卫”型汉服图案解析图表 汉尚华莲鲛人汉服形象解析图表
汉梦归以秦良玉为灵感的汉服形象解析图表 花朝记吴淑姬汉服形象解析图表
听月小筑以柳如是作为灵感的汉服形象塑造解析图表 2020年汉尚华莲天猫旗舰店商品价位销量分布图表
盘子女人坊发展概述图表 新汉服消费者服饰类型偏好图表 通勤汉元素消费者特征图表
推动汉服行业发展的因素图表 汉服行业标准化趋势图表 新汉服在全场景、新设计和渠道的拓展趋势

