

# 2024-2030年中国汉服行业 发展趋势与市场全景评估报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国汉服行业发展趋势与市场全景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202310/415763.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

汉服，全称是“汉民族传统服饰”，又称汉衣冠、汉装、华服。历史上，汉服在黄帝即位到公元17世纪中叶（明末清初）这段时期繁荣发展，而在清朝被统治者所禁止。近年来，传统文化复兴，喜欢汉服的人越来越多，汉服文化逐步走向流行。汉服有着深厚的文化底蕴，随着国民传统文化自信的复苏和政府大力弘扬中华传统文化的推动，汉服热潮不断升温，产业潜力不容小觑。

2021年新汉服行业市场规模为101亿元，同比增长6.4%，增长速度相对过去五年放缓。这一方面是受到疫情等因素的影响，消费者的购买能力和意愿都出现了下滑；另一方面新汉服的设计需要进一步拓宽边界，以适应消费者的使用需求。2021年，中国新汉服行业消费者规模1021万人，同比增长14.4%。受到新冠疫情影响，汉服相关线下节礼活动、旅游出行等受到很大限制；而且近年来消费者娱乐需求也更多转向线上，两相叠加导致近几年的消费者规模增速不及过往。

团体标准层面，2020年10月31日，在“第八届中国西塘汉服文化周”开幕式上，T/CTES 1021-2019《汉服分类》与T/CNTAC 58-2020《汉服》两大团体标准在会上发布。地方政策层面，2021年3月16日，修武县人民政府发布“修政〔2021〕1号”通知，向各乡（镇）政府、县政府各部门、各有关单位印发《修武县促进汉服产业发展的若干政策（试行）》的通知，明确鼓励汉服企业开展工作的相关政策，这是当代已知的首个以“汉服产业”为标题的政府文件。

随着我国综合国力的快速上升，具有华夏民族象征意义的文化符号——汉服被历史性地推到了时尚潮流的风口，成为新一轮经济热点。上海汉服版权中心发布的《中国汉服产业发展报告（2022版）》显示，汉服产业链蓬勃发展，相关企业超过3000家，涌现出诸多品牌，已形成产业集聚区。未来，汉服一定会在国际化的中国服装语言体系中占有一席之地，汉服品牌一定是一面走向世界的中国品牌大旗。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国汉服行业发展趋势与市场全景评估报告》共十一章。报告首先介绍了汉服行业的相关概念。接着分析了三坑行业的总体发展及汉服行业的发展环境，然后对我国汉服行业发展现状及汉服传播进行了系统的分析，对剧场角色体验下“汉服”形象塑造与应用做了详实的解析，最后对其典型品牌和发展前景做了科学的分析和预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、工信部、发改委、IDC、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对汉服行业有个系

统深入的了解、或者想投资汉服行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

## 第一章 汉服行业基本概述

### 1.1 汉服相关界定

#### 1.1.1 汉服的基本内涵

#### 1.1.2 汉服结构与特点

#### 1.1.3 汉服的形制类型

#### 1.1.4 汉服的内生逻辑

### 1.2 汉服文化价值及拓展

#### 1.2.1 汉服文化价值阐述

#### 1.2.2 汉服文化价值商业化

## 第二章 2021-2023年三坑行业发展状况分析

### 2.1 三坑行业发展综述

#### 2.1.1 三坑行业定义及分类

#### 2.1.2 三坑行业分类的对比

#### 2.1.3 三坑行业的发展历程

### 2.2 三坑行业产业链分析

#### 2.2.1 三坑行业产业链图谱

#### 2.2.2 上游品牌梯队初步形成

#### 2.2.3 中游线下门店铺设提升用户体验

#### 2.2.4 三坑行业下游周边服务市场兴起

### 2.3 2021-2023年中国三坑市场运行状况分析

#### 2.3.1 三坑市场发展规模

#### 2.3.2 三坑服饰与潮玩对比

#### 2.3.3 文化活动助推行业发展

#### 2.3.4 三坑行业消费体验提升

#### 2.3.5 三坑行业企业竞争格局

### 2.4 中国三坑行业未来发展趋势分析

#### 2.4.1 三坑行业投资机会

#### 2.4.2 三坑行业营销趋势

### 2.4.3 行业销售渠道趋势

## 第三章 2021-2023年中国汉服行业发展环境分析

### 3.1 经济环境

#### 3.1.1 宏观经济概况

#### 3.1.2 纺织工业发展

#### 3.1.3 固定资产投资

#### 3.1.4 对外经济分析

#### 3.1.5 宏观经济展望

### 3.2 政策环境

#### 3.2.1 两会汉服相关提案

#### 3.2.2 汉服相关政策梳理

#### 3.2.3 汉服团体标准发布

#### 3.2.4 地方汉服政策解读

### 3.3 社会环境

#### 3.3.1 人口规模构成

#### 3.3.2 社会消费规模

#### 3.3.3 居民收入水平

#### 3.3.4 居民消费水平

#### 3.3.5 传统文化推动

#### 3.3.6 热点事件引流

### 3.4 技术环境

#### 3.4.1 现代新兴科学技术助推汉服宣传

#### 3.4.2 5G技术下汉服服装表演创新方式

#### 3.4.3 数字技术时代汉服产品的设计创新

## 第四章 2021-2023年中国汉服市场运行状况分析

### 4.1 2021-2023年中国汉服行业发展现状分析

#### 4.1.1 汉服行业发展历程

#### 4.1.2 汉服发展驱动因素

#### 4.1.3 汉服行业产业链条

#### 4.1.4 汉服市场发展规模

- 4.1.5 汉服行业发展热点
- 4.1.6 新汉服消费者规模
- 4.1.7 汉服行业区域分布
- 4.1.8 汉服APP发展进展
- 4.2 2021-2023年中国汉服行业竞争态势分析
  - 4.2.1 企业竞争格局
  - 4.2.2 汉服品牌排行榜
  - 4.2.3 企业注册规模
  - 4.2.4 企业专利申请
  - 4.2.5 企业区域分布
  - 4.2.6 企业发展困境
  - 4.2.7 企业闭店动态
- 4.3 我国汉服消费者行为洞察分析
  - 4.3.1 新汉服目标消费者现状
  - 4.3.2 消费者选择青睐新汉服的原因
  - 4.3.3 消费者购买新汉服的核心要素
  - 4.3.4 消费者购买新汉服的选择要素
  - 4.3.5 消费者购买汉服的渠道分布
  - 4.3.6 消费者对汉服预期消费价格
  - 4.3.7 消费者汉服主要穿着的场景
- 4.4 汉服行业重点区域发展状况——曹县
  - 4.4.1 曹县汉服行业发展回顾
  - 4.4.2 曹县汉服行业发展优势
  - 4.4.3 曹县汉服行业发展现状
  - 4.4.4 曹县汉服行业发展成果
  - 4.4.5 曹县汉服设计研究院揭牌
- 4.5 我国汉服行业发展问题分析
  - 4.5.1 汉服复兴危机与瓶颈
  - 4.5.2 汉服行业总体问题
  - 4.5.3 汉服发展水土不服
  - 4.5.4 汉服行业发展矛盾
  - 4.5.5 汉服行业品牌问题

- 4.5.6 汉服行业山寨问题
- 4.5.7 汉服行业规范问题
- 4.6 我国汉服行业发展建议和对策
  - 4.6.1 汉服破局路径分析
  - 4.6.2 汉服行业发展对策
  - 4.6.3 汉服品牌营销对策
  - 4.6.4 汉服APP发展策略

## 第五章 2021-2023年中国“汉服热”传播现象分析

- 5.1 “汉服热”传播的表现特性
  - 5.1.1 传播环境优化
  - 5.1.2 大众视野宽广
  - 5.1.3 受众人群多元
  - 5.1.4 传播目标细化并统一
- 5.2 2021-2023年中国汉服文化传播状况分析
  - 5.2.1 “汉服热”传播优缺点
  - 5.2.2 “汉服热”的传播规律
  - 5.2.3 汉服文化传播的现状
  - 5.2.4 “汉服热”中融合文化
  - 5.2.5 汉服文化传播的动态
  - 5.2.6 汉服文化传播的困境
  - 5.2.7 汉服文化传播的对策
- 5.3 “汉服热”传播影响因素与效用
  - 5.3.1 “汉服热”传播环境影响因素
  - 5.3.2 “汉服热”文化氛围影响因素
  - 5.3.3 “汉服热”带来的传播效用
  - 5.3.4 “汉服热”对传统文化的作用
- 5.4 新媒体环境下汉服传播状况分析
  - 5.4.1 新媒体环境下汉服发展特点
  - 5.4.2 新媒体环境下汉服发展现状
  - 5.4.3 新媒体环境下汉服传播路径
- 5.5 我国“汉服热”传播发展困境分析

- 5.5.1 传播主体层面
- 5.5.2 传播内容层面
- 5.5.3 传播途径层面
- 5.5.4 传播受众层面
- 5.6 汉服文化短视频传播策略——以哔哩哔哩为例
- 5.6.1 哔哩哔哩网站汉服短视频传播发展现状
- 5.6.2 汉服短视频主题呈现出引领时尚的趋势
- 5.6.3 汉服短视频内容表现出古今融合的特点
- 5.6.4 文化自觉是汉服短视频受欢迎的深层原因
- 5.6.5 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

- 6.1 “汉服”剧场化与角色特征分析
- 6.1.1 “汉服”的剧场化表现
- 6.1.2 “汉服”的角色特征分析
- 6.1.3 “汉服”剧场化角色形象溯源
- 6.2 “汉服”剧场化角色体验下的形象类型分类
- 6.2.1 宫廷剧角色体验下的“汉服”形象类别
- 6.2.2 神话剧角色体验下的“汉服”形象类别
- 6.2.3 言情剧角色体验下的“汉服”形象类别
- 6.2.4 武侠剧角色体验下的“汉服”形象类别
- 6.3 剧场角色体验下的“汉服”形象塑造方式
- 6.3.1 宫廷剧角色体验下的“汉服”形象塑造方式
- 6.3.2 神话剧角色体验下的“汉服”形象塑造方式
- 6.3.3 言情剧角色体验下的“汉服”形象塑造方式
- 6.3.4 武侠剧角色体验下的“汉服”形象塑造方式
- 6.4 剧场角色体验下的“汉服”形象塑造案例
- 6.4.1 “妖兽精灵”型“汉服”形象塑造案例
- 6.4.2 “将军侍卫”型“汉服”形象塑造案例
- 6.4.3 “才女”型“汉服”形象塑造案例

## 第七章 2021-2023年中国汉服行业重点品牌发展分析



- 7.1 汉尚华莲
  - 7.1.1 品牌发展概述
  - 7.1.2 品牌市场销量
  - 7.1.3 品牌发展路径
  - 7.1.4 品牌战略合作
  - 7.1.5 品牌发展问题
  - 7.1.6 品牌发展战略
- 7.2 十三余
  - 7.2.1 品牌发展概述
  - 7.2.2 品牌发展历程
  - 7.2.3 品牌发展现状
  - 7.2.4 品牌融资动态
  - 7.2.5 品牌发展问题
  - 7.2.6 品牌发展路径
  - 7.2.7 品牌营销策略
- 7.3 重回汉唐
  - 7.3.1 品牌发展概述
  - 7.3.2 品牌发展现状
  - 7.3.3 品牌销售情况
  - 7.3.4 企业联名跨界
  - 7.3.5 品牌营销策略
  - 7.3.6 品牌发展经验
- 7.4 其他品牌
  - 7.4.1 盘子女人坊
  - 7.4.2 如梦霓裳
  - 7.4.3 华裳九州
  - 7.4.4 钟灵记
  - 7.4.5 明华堂
  - 7.4.6 池夏

## 第八章 2024-2030年对中国汉服行业发展前景和趋势预测

### 8.1 中国汉服行业发展前景展望

- 8.1.1 汉服行业发展机会
- 8.1.2 汉服行业发展趋势
- 8.1.3 汉服行业发展前景
- 8.2 对2024-2030年中国汉服行业预测分析
  - 8.2.1 2024-2030年中国汉服行业影响因素分析
  - 8.2.2 2024-2030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最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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/415763.html>