

2025-2031年中国国潮市场 增长潜力与投资策略制定报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制
www.bosidata.com

报告报价

《2025-2031年中国国潮市场增长潜力与投资策略制定报告》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.bosidata.com/report/V35043RHQW.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2026-01-27

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客户服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明：《2025-2031年中国国潮市场增长潜力与投资策略制定报告》由权威行业研究机构博思数据精心编制，全面剖析了中国国潮市场的行业现状、竞争格局、市场趋势及未来投资机会等多个维度。本报告旨在为投资者、企业决策者及行业分析师提供精准的市场洞察和投资建议，规避市场风险，全面掌握行业动态。

第一章 国潮的基本概述
1.1 国潮相关介绍
1.1.1 国潮基本含义
1.1.2 国潮发展特点
1.1.3 国潮发展意义
1.1.4 国潮实现形式
1.1.5 国潮品牌品类
1.2 国潮行业特点
1.2.1 产品设计层面构筑审美认同
1.2.2 精神理念层面彰显青年个性
1.2.3 流变革新层面紧抓前沿趋势
第二章 2020-2024年中国国潮行业发展环境分析
2.1 经济环境
2.1.1 宏观经济概况
2.1.2 工业运行情况
2.1.3 固定资产投资
2.1.4 市场环境良好
2.1.5 宏观经济展望
2.2 政策环境
2.2.1 国潮行业相关政策
2.2.2 国潮重点政策梳理
2.2.3 数字化助力行业发展
2.2.4 “老字号”国际化政策
2.2.5 国潮行业政策发展建议
2.3 社会环境
2.3.1 人口规模构成
2.3.2 社会消费规模
2.3.3 居民收入水平
2.3.4 居民消费水平
2.3.5 热点事件催化
2.3.6 文化自信与认同
第三章 2020-2024年中国国潮行业发展总体分析
3.1 中国国潮行业发展综述
3.1.1 国潮行业的发展历程
3.1.2 国潮行业的发展阶段
3.1.3 国潮行业的发展背景
3.1.4 国潮行业的发展动力
3.1.5 国潮行业的影响因素
3.1.6 国潮盛行的扩散机制
3.1.7 国潮行业的消费认同
3.2 2020-2024年中国国潮市场运行状况分析
3.2.1 行业发展现状
3.2.2 行业发展特点
3.2.3 市场发展规模
3.2.4 细分市场发展
3.2.5 市场消费特点
3.2.6 市场价格走势
3.2.7 行业营销费用
3.2.8 国潮热搜指数
3.2.9 电商布局动态
3.3 中国国潮市场需求情况
3.3.1 需求主体
3.3.2 需求特点
3.3.3 需求偏好
3.3.4 价格偏好
3.3.5 品牌偏好
3.4 中国国潮行业竞争状况分析
3.4.1 国潮品牌认可度
3.4.2 国潮品牌力构建
3.4.3 国潮出海进展
3.4.4 高端产品布局
3.4.5 企业营销手段
3.4.6 企业营销策略
3.4.7 典型品牌案例
3.5 中国国潮品牌发展问题分析
3.5.1 国潮乱象频发
3.5.2 品牌缺乏层次与深度
3.5.3 外部环境的冲击
3.5.4 消费观念的制约
3.6 中国国潮行业投资策略分析
3.6.1 行业发展建议
3.6.2 品牌推广策略
3.6.3 遵循文创理念
3.6.4 可持续发展对策
3.6.5 高质量投资策略
3.7 新电商生态下“新国潮”中小企业发展路径
3.7.1 “新国潮”中小企业可持续发展的必要性
3.7.2 新电商生态下“新国潮”中小企业发展机遇
3.7.3 新电商生态下“新国潮”中小企业发展挑战
3.7.4 新电商生态下“新国潮”中小企业发展路径
第四章 2020-2024年中国国潮文化发展分析
4.1 中国国潮文化发展综况
4.1.1 国潮文化发展回顾
4.1.2 国潮文化发展现状
4.1.3 国潮文化发展意义
4.1.4 国潮文化发展对策
4.2 中国国潮动漫发展状况
4.2.1 国潮动漫发展环境
4.2.2 国潮动漫发展现状
4.2.3 国潮动漫用户规模
4.2.4 国潮动漫出海状况
4.2.5 国潮动漫发展动态
4.2.6 动画电影创作发展
4.3 中国国潮影视发展状况
4.3.1 国潮影视主要类型
4.3.2 国潮影视剧目汇总
4.3.3 国潮影视文化传播
4.3.4 国产影视发展路径
4.3.5 国潮影视发展建议
4.4 中国国潮综艺发展状况
4.4.1 国潮综艺发展历程
4.4.2 国潮

综艺发展形势4.4.3 国潮综艺发展现状4.4.4 国潮综艺发展动态4.4.5 一线卫视国潮综艺4.4.6 国潮综艺典型案例4.4.7 国潮舞蹈发展状况4.5 中国“国潮+戏曲”发展分析4.5.1 戏曲发展综况4.5.2 “国潮+戏曲”实践4.5.3 “国潮+戏曲”数字化4.5.4 戏曲艺术发展困境4.5.5 戏曲艺术投资策略4.6 中国“国潮文创”传播现状分析4.6.1 传播主体层面4.6.2 传播理念层面4.6.3 传播媒介层面4.6.4 传播内容层面4.6.5 传播方式层面

第五章 2020-2024年中国国潮服饰发展分析

5.1 国潮元素在品牌服装中的设计与发展5.1.1 国潮服装的基本概念5.1.2 国潮元素服装的起源5.1.3 国潮元素服装的分类5.1.4 国潮元素服装的设计5.1.5 国潮服饰的设计表征5.1.6 国潮服饰的发展环境5.1.7 国潮服饰的发展现状5.1.8 国潮服装的发展建议5.1.9 国潮服装的设计趋势5.2 2020-2024年中国国潮服饰消费行为分析5.2.1 典型国潮服饰品牌5.2.2 国潮服饰购买考虑因素5.2.3 国潮服饰购买渠道5.2.4 国潮服饰溢价水平5.2.5 国潮服饰复购情况5.3 2020-2024年中国汉服服饰发展分析5.3.1 汉服基本概述5.3.2 汉服发展历程5.3.3 汉服产业链条5.3.4 汉服市场规模5.3.5 汉服消费者规模5.3.6 汉服场景分布5.3.7 汉服购买因素5.3.8 汉服企业数量5.3.9 汉服发展趋势5.4 2020-2024年中国国潮运动服饰营销策略分析5.4.1 消费者策略5.4.2 成本控制策略5.4.3 渠道便利策略5.4.4 市场沟通策略5.4.5 营销挑战分析5.4.6 营销对策分析5.4.7 营销机遇分析

第六章 2020-2024年中国国潮美妆发展分析

6.1 2020-2024年中国国潮美妆发展状况分析6.1.1 国潮美妆发展特点6.1.2 国潮美妆发展现状6.1.3 国潮美妆销售情况6.1.4 国潮美妆品牌排行榜6.1.5 国潮美妆竞争力分析6.1.6 国货美妆分批上市6.1.7 国潮美妆发展对策6.1.8 国潮美妆趋势预测6.2 2020-2024年中国国潮美妆消费行为分析6.2.1 典型国潮美妆品牌6.2.2 国潮美妆购买考虑因素6.2.3 国潮美妆产品购买渠道6.2.4 国潮美妆产品溢价情况6.3 “国潮风”在本土化妆品包装设计中的应用6.3.1 民族自信对本土品牌消费的影响6.3.2 “国潮”化妆品包装设计风格的兴起6.3.3 化妆品包装设计“国潮风”元素特征6.3.4 “国潮风”化妆品包装设计的趋势预测6.4 国潮文化视域下本土美妆品牌营销策略的瓶颈6.4.1 泛同化盲目跟风且缺少品牌专属特色6.4.2 表面化缺乏内涵且故事塑造能力薄弱6.4.3 短期化热点发展且难成长期价值战略6.5 国潮文化视域下本土美妆品牌营销策略6.5.1 本土美妆品牌营销产品策略6.5.2 本土美妆品牌营销渠道策略6.5.3 本土美妆品牌营销推广策略

第七章 2020-2024年中国国潮食品饮料发展分析

7.1 2020-2024年国潮食品饮料发展综况7.1.1 食品饮料消费规模7.1.2 国产食品品牌关注度7.1.3 食品饮料国潮产品销售情况7.1.4 消费者购买国潮产品驱动因素7.1.5 Z时代助力本土新兴品牌崛起7.1.6 食品饮料国潮品牌建设路径7.2 2020-2024年中国国潮食品消费行为分析7.2.1 典型国潮美妆品牌7.2.2 国潮食品购买考虑因素7.2.3 国潮食品购买渠道7.2.4 国潮食品溢价情况7.3 2020-2024年中国国潮软饮料发展分析7.3.1 国潮软饮料发展历程7.3.2 国潮软饮料竞争格局7.3.3 国潮软饮料用户洞察7.3.4 国产软饮料品牌创新7.3.5 典型国潮软饮料品牌7.4 2020-2024年中国国潮酒业发展分析7.4.1 国潮酒业发展现状7.4.2 国潮酒业发展路径7.4.3 国潮酒企合作动态7.4.4 国潮白酒包装设计7.4.5 国潮酒业发展建议7.5 中国国潮食品行

业发展趋势7.5.1 功能性食品发展提速7.5.2 食品行业健康化趋势7.5.3 植物蛋白产品不断涌现7.5.4 方便速食产品迅速发展7.5.5 主流食品市场价格提升7.5.6 药食同源受年轻人关注7.5.7 国产食品新品牌更国潮第八章2020-2024年中国其他国潮细分领域分析8.1 国潮+玩具8.1.1 国潮玩具发展现状8.1.2 国潮玩具竞争力分析8.1.3 国产潮玩出海进展8.1.4 国产潮玩形象设计8.1.5 国潮积木绿色认证8.1.6 国产潮玩设计趋势8.2 国潮+汽车8.2.1 国潮汽车发展现状8.2.2 国潮主流汽车品牌8.2.3 国潮车企营销转型8.2.4 国潮汽车消费特点8.2.5 国潮汽车发展路径8.2.6 国潮汽车趋势预测8.3 国潮+黄金珠宝8.3.1 国潮珠宝政策环境8.3.2 国潮珠宝竞争格局8.3.3 国潮珠宝产品矩阵8.3.4 国潮首饰产品设计8.3.5 国潮珠宝发展战略8.4 国潮+酒店8.4.1 国潮酒店发展背景8.4.2 国潮酒店发展现状8.4.3 国潮酒店投资运营8.4.4 国潮酒店典型案例8.4.5 国潮酒店发展趋势8.5 国潮+数码家电8.5.1 国潮数码家电发展现状8.5.2 国潮家电企业布局动态8.5.3 典型国潮数码家电品牌8.5.4 国潮家电产品购买考虑因素8.5.5 国潮数码家电产品购买渠道8.5.6 国潮数码家电产品溢价情况8.6 国潮+文旅8.6.1 “国潮”对文旅融合的作用8.6.2 文旅融合下“国潮”发展现状8.6.3 文旅融合下“国潮”发展困境8.6.4 “国潮+文旅”未来发展建议第九章2020-2024年中国国潮行业重点企业分析9.1 “国潮+新零售”——丽尚国潮9.1.1 企业发展历程9.1.2 国潮品牌布局9.1.3 经营效益分析9.1.4 业务经营分析9.1.5 财务状况分析9.1.6 核心竞争力分析9.2 “国潮+运动品牌”——李宁9.2.1 李宁品牌基本概述9.2.2 李宁公司营收状况9.2.3 李宁品牌战略布局9.2.4 李宁品牌的“国潮”转型原因9.2.5 “李宁品牌”“国潮”转型融合路径9.2.6 “李宁品牌”“国潮”转型服装设计9.3 “国潮+美妆”——花西子9.3.1 花西子品牌溯源9.3.2 花西子市场销售状况9.3.3 花西子品牌建设现状9.3.4 花西子品牌建设成果9.3.5 花西子国潮品牌建设策略9.3.6 新媒体时代品牌传播策略9.4 “国潮+食品”——五芳斋9.4.1 五芳斋发展历程9.4.2 五芳斋发展现状9.4.3 五芳斋营收状况9.4.4 五芳斋面临的挑战和机遇9.4.5 五芳斋品牌广告创意表现9.4.6 五芳斋品牌年轻化创新策略9.5 “国潮+纺织业”——万事利9.5.1 企业发展概况9.5.2 企业发展成果9.5.3 企业战略合作9.5.4 经营效益分析9.5.5 业务经营分析9.5.6 财务状况分析9.6 “国潮+酒业”——舍得酒业9.6.1 企业发展历程9.6.2 企业产品矩阵9.6.3 企业发展现状9.6.4 企业品牌战略9.6.5 经营效益分析9.6.6 业务经营分析9.6.10 未来前景展望9.7 “国潮+茶饮”——茶颜悦色9.7.1 品牌发展历程9.7.2 品牌发展优势9.7.3 品牌发展现状9.7.4 国潮品牌战略9.7.5 门店开业动态9.7.6 品牌发展困境第十章2025-2031年中国国潮行业投资状况及趋势预测分析10.1 中国国潮行业投资状况及前景分析10.1.1 国潮行业并购进展10.1.2 主题基金投资布局10.1.3 国潮行业投资机会10.1.4 国潮行业行业前景调研10.2 中国国潮行业发展机遇及前景10.2.1 国潮行业发展机遇10.2.2 国潮行业趋势预测10.2.3 国潮行业发展方向10.2.4 国潮品牌力构建趋势10.3 对2025-2031年中国国潮行业预测分析10.3.1 2025-2031年中国国潮行业影响因素分析10.3.2 2025-2031年中国国潮行业规模预测图表目录图表 广义和狭义的“国潮”概念图表 中国红品牌

表现形式图表 国潮品牌品类范围图表 2024年GDP初步核算数据图表 2024年我国GDP初步核算数据图表 2020-2024年我国规模以上工业增加值同比增长速度图表 2024年规模以上工业生产主要数据图表 2020-2024年我国规模以上工业增加值同比增长速度图表 2024年规模以上工业生产主要数据图表 2020-2024年我国固定资产投资（不含农户）同比增速图表 2024年固定资产投资（不含农户）主要数据图表 2020-2024年我国固定资产投资（不含农户）同比增速图表 2024年固定资产投资（不含农户）主要数据图表 加快构建双循环发展新格局提供方向指引和政策支持图表 国民经济规划文化发展目标与中国品牌日建设图表 2024年年末人口数及其构成图表 2020-2024年社会消费品零售总额及其增长速度图表 2020-2024年社会消费品零售总额同比增速图表 2020-2024年按消费类型分零售额同比增速图表 2024年社会消费品零售总额主要数据更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/V35043RHQW.html>