

# 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](http://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 国潮行业的特点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述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>