

对文化营销的态度 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“除了产品和服务的实用功能，消费者在追求自我表达中越来越关注品牌所传递的文化价值和新奇体验。融入中国元素是最近期且最瞩目的趋势，这与消费者的民族自豪感和文化自信心的提升息息相关。消费者对品牌线下或线上活动、甚至广告中的文化相关参与都展现出极大兴趣，并期待将其予以现代化的语境进行呈现。”

— 甘倩，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 偏好的文化风格
- 产品和广告适用的文化风格
- 提升品牌形象的活动
- 文化相关活动的参与度
- 企业文化建设的影响因素
- 对生活方式中文化的态度

2019年“国潮”首次出现在中国时尚界之后，从食品、美容到科技产品，中国元素在多个领域逐渐普及。在民族自豪感和对中国经济增长的文化自信心的推动下，消费者对蕴含本国文化元素的产品和服务展现极大的兴趣和支持。文化不再是仅限于纯粹的艺术话题，而是越来越多地作为强有力的创新策略应用到商业中，从而与目标消费者建立联系。

本报告探讨了消费者对文化营销的态度，涵盖其在娱乐和消费上偏好的文化风格。为了帮助品牌打造行之有效的文化营销策略，本报告也探究了消费者线上、线下参与文化活动的情况，有助于提高品牌好感度的企业文化，消费者对生活方式中文化的态度以及吸引消费者参与的营销活动。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

对文化营销的态度 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

本报告涵盖的关键议题

定义

综述

市场

政府努力支持文化发展数字化

地区文化遗产传承被视为帮助当地经济发展的机遇

数据1: 酉州苗绣手工艺品国礼

传统元素现代化成为国内节目和影视剧蓬勃发展中的焦点

数据2: 《鬓边不是海棠红》剧照

活动主题中对文化相关节日的重新定义和塑造越来越多

数据3: 2020年腾讯数字文创节

手工艺与品牌合作机会隐含在商业环境中

数据4: 无印良品酒店北京举办的江布克古陶瓷片文创展

数据5: 青岛啤酒博物馆

面对新冠疫情爆发，消费者的线上文化参与情况不断攀升

消费者

从娱乐和消费两个角度，消费者对中国文化元素的兴趣大增

数据6: 生活各个方面偏好的文化风格，2020年11月

营销内容更期待现代的表达

数据7: 产品和广告适用的文化风格，2020年11月

线下营销和线上广告同等重要

数据8: 提升品牌形象的活动，2020年11月

深度品牌文化营销在消费者强烈兴趣的支持下具有巨大潜力

数据9: 文化相关活动的参与情况，2020年11月

“有社会责任感”在提升企业文化好感度中排名第一

数据10: 企业文化建设的影响因素，2020年11月

民族自豪感显著提高

数据11: 对生活方式中文化的态度，中国，2020年11月

我们的观点

议题与洞察

在现代化表达中融入不断演进的文化元素

现状

启示

数据12: LNG线下门店

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

对文化营销的态度 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

在数字平台上宣传文化故事

现状

启示

数据13: 姚建萍的故事和苏绣作品

在产品设计中采用深度文化表达

现状

启示

数据14: 毛戈平故宫系列

市场因素

政府努力支持文化发展数字化

地区文化遗产传承被视为帮助当地经济发展的机遇

数据15: 酉州苗绣手工艺品国礼

传统元素现代化成为国内节目和影视剧蓬勃发展中的焦点

数据16: 鬓边不是海棠红》剧照

活动主题中对文化相关节日的重新定义和塑造越来越多

数据17: 2020年腾讯数字文创节

手工艺与品牌合作机会隐含在商业环境中

数据18: 无印良品酒店北京举办的江布克古陶瓷片文创展

数据19: 青岛啤酒博物馆

面对新冠疫情爆发，消费者的线上文化参与情况不断攀升

数据20: 故宫展览App

消费者——您所需要了解的

对中国文化元素的兴趣在娱乐和消费方面飞涨

消费者期待营销内容中有更多现代表达

线下营销和线上广告同等重要

深度品牌文化营销在消费者强烈兴趣的支持下具有巨大潜力

“有社会责任感”在提升企业文化中排名第一

民族自豪感显著提高

偏好的文化风格

从娱乐和消费两个角度，消费者对中国文化元素的兴趣大增

数据21: 生活各个方面偏好的文化风格，2020年

传统经典风格对年轻一代更具吸引力

数据22: 音乐和影视方面偏好的文化风格（按年龄区分），2020年11月

低线城市消费者对亚文化的喜爱程度较高

数据23: 服饰方面偏好的文化风格（按城市线级区分），2020年11月

高收入消费者期待更多反映文化的休闲和外出餐饮体验

数据24: 酒店/餐厅方面偏好的文化风格（按家庭月收入区分），2020年11月

产品和广告适用的文化风格

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

对文化营销的态度 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

营销内容更期待现代的表达

数据25: 产品和广告适用的文化风格, 2020年11月

产品创新中独有的中国元素对瞄准年轻人最有效

数据26: 基于产品适用文化风格的消费者细分(按年龄区分), 2020年11月

一致的亚文化营销理念在低线城市更奏效

数据27: 广告适用的部分文化风格(按城市线级区分), 2020年11月

Z世代的注意力不再聚焦于动漫/二次元

数据28: 广告适用的部分文化风格(按年龄区分), 2020年11月

提升品牌形象的活动

线下营销和线上广告同等重要

数据29: 提升品牌形象的活动, 2020年11月

代言和产品植入能更有效地吸引较年轻的消费者

数据30: 线上广告活动(按年龄区分), 2020年11月

三线及以下城市消费者对快闪店和粉丝见面会的兴趣与一线城市相一致

数据31: 线下活动(按城市线级区分), 2020年11月

IP联名限量款带来的独占性拥有广泛受众

数据32: 提供限量版(按年龄区分), 2020年11月

文化相关活动的参与度

深度品牌文化营销在消费者强烈兴趣的支持下具有巨大潜力

数据33: 文化相关活动的参与情况, 2020年11月

品牌餐厅和博物馆有助于建立与家庭的情感联系

数据34: 线下文化相关活动的参与情况(按家庭结构区分), 2020年11月

文化活动数字化有效吸引低线城市的消费者

数据35: 文化相关活动的参与情况(按城市线级区分), 2020年11月

企业文化建设的影响因素

“有社会责任感”在提升企业文化好感度中排名第一

数据36: 企业文化建设的影响因素, 2020年11月

Z世代期待国产品牌走向国际化的同时仍保持亲民形象

数据37: 企业文化建设的部分影响因素(按年龄区分), 2020年11月

以客户为导向和亲民有助于吸引三线及以下城市的消费者

数据38: 企业文化建设的部分影响因素(按城市级别区分), 2020年11月

对生活方式中文化的态度

民族自豪感显著提高

数据39: 对生活方式中文化的态度, 中国, 2020年11月

中等收入的消费者在日常生活对中国文化体验的追求最为活跃

数据40: 态度变化(按家庭月收入区分), 2020年11月

时代文化元素带来的认同感对Z世代很重要

数据41: 购买原因(按年龄区分), 2020年11月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

对文化营销的态度 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据42: 耐克SB Dunk Low Pro QS

潮流和地域文化特色在低线城市更受青睐

数据43: 消费者期待 (按城市线级区分), 2020年11月

附录——研究方法和缩写

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@intel.com