

零售趋势：国潮 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 什么因素能激发中国消费者的民族自豪感？
- 消费者最感兴趣的国潮元素
- 国潮产品花费变化
- 国潮产品，尤其是老字号的购买驱动力
- 感兴趣的国潮营销创新
- 国潮对品牌偏好的影响

思及国潮，超过半数被访的消费者对中国经典符号感兴趣，且传统文化元素是购买国潮产品的首要驱动因素。这说明，品牌若想涉足国潮零售的趋势，在产品设计和营销中应用中国传统文化元素是必需。

国潮趋势不断演变，对经典元素的二次创作以及对传统文化元素的数字化呈现将成为品牌制胜的新法宝。对老字号来说，机遇在于以传统养生理念与专为中式生活方式设计作为关键卖点。

自2022年初频繁爆发的新冠疫情已经在一定程度上影响了消费者的经济状况和消费信心。这有可能导致他们对价格更加敏感。价格实惠且质量有保障的国产品牌将有可能获得青睐。

然而，国际品牌也不必气馁。如今，消费者做出的购物决策不再带有成见。国际品牌可以利用本土化的尝试，来提升其吸引力。与中国消费者沟通时，国际品牌需要展现对中国传统文化及其价值的深刻理解与尊重，从而与年轻一代心中的民族自豪感产生共鸣。

> “国潮是动态发展的趋势，传统文化是其核心价值。品牌有必要通过数字化以及与流行文化融合等形式/内容创新，展现其紧跟潮流的精神。传统文化元素是国潮的核心价值，也是消费者购买国潮产品最重要的驱动力。消费者不仅期待老字号得到重振，也希望看到国际品牌进行更多本土化尝试。”
>
> **– ——张鹏俊，研究分析师**

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

零售趋势：国潮 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义
- 定义

综述

- 市场
- 新冠疫情对市场的干扰：风险与机遇
- 公司与品牌
- 消费者
- 具有中国元素的设计是激发民族自豪感的首要因素
  数据1: 能激发民族自豪感的品牌特色，2022年
- 中国经典符号元素得到最多认可
  数据2: 对国潮元素的兴趣，2022年
- 老字号食品与国产数码产品带动国潮产品花费增加
  数据3: 国潮产品花费变化，2022年
- 传统文化元素是首要购买驱动力
  数据4: 国潮产品购买驱动力，2022年
- 对传统元素的二次创作和科技化呈现或是制胜秘诀
  数据5: 国潮营销创新，2022年
- 不论是国产品牌还是国际品牌，国潮元素均能拉动品牌偏好
  数据6: 对国潮影响品牌偏好的态度，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 传统文化再创作将成为国潮发展的核心竞争力
  数据7: 白蛇2：青蛇劫起》电影海报，2021年
- 国潮并未让消费者放弃国际品牌，但他们希望看到本土化版本
  数据8: 古驰以"虎"为灵感的系列产品广告，2022年
  数据9: 有关"普拉达虎年行动"的微博动态，2022年
- 契合中式生活方式并通过社交媒体制造舆论，有望重振老字号

市场因素

- 政府利好政策支持本土品牌发展
- 建设体育强国的重大政策有助于国产运动服装品牌增强吸引力
- 对科技创新的支持助力国产高科技品牌发展
- 推广传统文化为传统文化元素赋予商业价值
  数据10: 舞蹈诗剧《只此青绿》，2022年
- 政府鼓励国产品牌在消费品市场的发展

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

零售趋势：国潮 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

- 中国品牌逐渐获得消费者偏爱
- 国力日渐增强，文化更加自信
- 短视频的流行助力国潮意识传播得更快、更广
- 面对不确定性，消费者更信赖老字号

新冠疫情影响

- 新冠疫情：中国市场情况简述
- 新冠疫情对市场和消费者的影响
- 疫情的持续影响危及零售业
- 驻上海品牌由于封控而受到严重打击
- 购物渠道有变化，特别是封控区
- 消费者的消费信心和经济状况遭到重创

流行趋势

- 深耕民族精粹的价值
- 奥利奥推出宫廷味茶点
  数据11: 奥利奥与故宫的合作，2021年
  数据12: "奥利奥风"故宫，2021年
- 花西子推广民族之美
  数据13: 花西子苗族印象高定系列产品，2020年
- 上下将中国传统古法工艺运用于奢侈品设计之中
  数据14: 融合了传统中国手工艺的上下茶具组，2022年
- 李宁从传统文化的视角解读现代潮流文化
  数据15: 喜马拉雅山脉旁的李宁时尚大秀，2021年
- 重振老字号
- 老字号通过跨界新兴文化，更新品牌形象
  数据16: 气味图书馆和大白兔的联名合作，2019年
  数据17: 五芳斋和《王者荣耀》的联名合作，2021年
- 科技赋能国潮
- 敦煌博物馆将中国传统艺术品移至线上
  数据18: 敦煌博物馆的虚拟艺术品，2022年
- 国潮涉足娱乐休闲生活
  数据19: 国潮音乐嘉年华，2021年

对民族自豪感的认知

- 具有中国元素的设计是激发民族自豪感的首要因素
  数据20: 能激发民族自豪感的品牌特色，2022年
- 激发各代际自豪感的因素不同
  数据21: 能激发民族自豪感的品牌特色（按代际区分），2022年
- 高收入家庭更欣赏传统工艺
  数据22: 能激发民族自豪感的品牌特色——中国传统古法工艺制造，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

- 通过联手现场演出，老字号或能寻到潜在受众
  数据23: 能激发民族自豪感的品牌特色——决策树分析

对国潮元素的兴趣

- 超过半数被访者对中国经典符号感兴趣
  数据24: 对国潮元素的兴趣，2022年
- 各区域对国潮元素的偏好不同
  数据25: 对国潮元素的兴趣（按区域区分），2022年
- 高收入家庭文化自信更强
  数据26: 对国潮元素的兴趣（按家庭收入区分），2022年
- 更多女性接受经典符号、区域性特色和休闲活动
  数据27: 对国潮元素的兴趣（按性别区分），2022年
- 采用古法工艺的品牌或可在有宠一族中找到目标受众

国潮产品花费变化

- 老字号食品品牌最受青睐
  数据28: 国潮产品花费变化，2022年
- 90后和80后是增加国潮产品花费的首要群体
  数据29: 国潮产品花费变化——花费更多（按代际区分），2022年
- 女性为国潮产品花费更多，特别是在美妆和服饰品类
  数据30: 国潮产品花费变化（按性别区分），2022年
- 国潮消费在一线城市更受欢迎
  数据31: 国潮产品花费变化（按城市线级区分），2022年

国潮产品购买驱动力

- 传统文化元素是首要购买驱动力
  数据32: 国潮产品购买驱动力，2022年
- 男性消费者看重定制化与独特性
  数据33: 国潮产品购买驱动力——针对中国消费者设计（按性别和代际区分），2022年
- 怀旧风是另一重要购买驱动力
- 老字号的成功因素
  数据34: 国潮产品购买驱动力（按为老字号餐饮或包装食品花费更多，以及对中华老字号感兴趣区分），2022年
- 含有科技元素的设计是吸引一线城市70后、80后消费者的加分项
  数据35: 国潮产品购买驱动力——含有科技元素（按代际和城市线级区分），2022年

对国潮营销创新的兴趣

- 对传统元素的二次创作和科技化呈现最吸引消费者
  数据36: 国潮营销创新，2022年
- 科技助力拉近国潮与消费者的距离

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据37: 国潮营销创新——科技体验（按家庭收入区分），2022年

- 年轻消费者和有宠一族渴望共创

数据38: 国潮营销创新——邀请消费者共创产品（按代际区分），2022年

- 品牌联名有助于获得瞩目

数据39: 在微信公众号上的合作官宣，2020年

对国潮的态度

- 品牌以国潮主题触及消费者时，应尊重中国文化

数据40: 对国潮元素影响购买选择的态度（按代际区分），2022年

数据41: 对品牌曲解国潮概念的态度（按家庭收入区分），2022年

- **80**后和**90**后是国际品牌本土化的目标受众

数据42: 对品牌偏好的态度（按代际区分），2022年

数据43: 对国际品牌运用国潮元素的态度（按代际区分），2022年

数据44: 对国际品牌本土化的态度（按代际区分），2022年

- 国际品牌可以运用中国经典符号来打开市场

数据45: 对国潮元素的兴趣（按对国际品牌运用中国元素的态度区分），2022年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 决策树分析
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快 做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我 们如何实现这一目标，请点击**mintel.com.** 。

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有