



2022 年中国新汉服行业发展白皮书



新汉服，也称为现代汉服，是来源于汉民族传统经典服饰样式并保留其典型形制特征，结合当下大众的多元穿着情境和时尚美学加以创新的汉服体系。新汉服的核心特点是：先锋创新性、大众开放性和情境多元性。

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。

当前新汉服仅占服装市场的 0.8%，但随着新汉服设计风格、穿着习惯更符合现代需求审美，整个行业有望实现出圈并成为社会大众主流服饰类型，届时市场将进入千亿时代，届时渗透率也将达到约 5.0%，从而真正成为大众生活的一部分。

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。

不过，随着未来疫情阴影逐渐散去，以及汉服文化的复兴。新汉服将更多的出现在社会生活的方方面面，进入大家的衣柜之中，并逐渐成为大众日常服饰的重要品类之一，届时消费者规模增长将重新加速，并实现更高的 ARPU。

在新汉服目标消费者中,男性用户占比 25.2%,女性用户占比 74.8%,女性用户占比优势明显,是绝对的核心群体。

从年龄分布来看,35 岁以下的消费者群体占 71.4%,其中 18 到 25 岁占比接近三成,这表明新汉服的主要消费人群是 35 岁以下的年轻人,未来消费增量潜力巨大。

近几年新汉服的快速发展,造就了一批优秀的汉服生产制造企业,也培养了一些地区的新汉服产业。目前,江浙地区、山东曹县、川渝地区和广东广州在汉服生产制造方面最为突出,是中国四大汉服主要生产区。

关键词: AR 疫情

预览已结束,完整报告链接和二维码如下:

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_46667

