

手工艺爱好者 - 中国 - 2020年1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



“在中国，手工艺产业是正在兴起的新型休闲活动。为了进一步提高消费者的参与度，品牌可以将手工艺项目定位为有助于促进个人发展和提高社会效益的活动，例如，将制作手工艺品作为学习新技能、庆祝特殊日子、体验当地文化和表达道德情操的一种方式。”

— 刘文诗，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 通过手工艺主题和活动，以树立更好的企业社会责任形象
- 手工艺为礼物市场带来新机遇
- 生活方式品牌可以采用手工艺跨界来提高店内体验

在中国，手工艺产业作为一种新型休闲活动正在兴起。总体而言，女性、18-39岁较年轻的消费者、收入较高和教育程度较高的消费者是手工艺爱好者中的核心受众。为了提高参与度，品牌可以通过将手工艺定位为有助于促进个人发展和提高社会效益的活动从而吸引更多消费者，因为制作手工艺的过程能为个人带来诸多益处，包括学习新技能、庆祝特殊日子和体验当地文化，同时也有益于社会，例如表达道德情操。

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

手工艺爱好者 - 中国 - 2020年1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

您需要了解的

报告定义

定义

数据1: 低/中等/高家庭月收入群体的定义（按家庭月收入和城市线级区分）

综述

市场

中国手工艺产业崭露头角

消费者通过参加手工艺活动度过休闲时光、学习新技能和体验当地文化

消费者

大部分属于手工艺“探索者”

数据2: 过去12个月参与的手工艺或者手作活动，2019年10月

消费者寻求不同类型的满足感

数据3: 过去12个月参与手工艺或者手作活动的主要原因，2019年10月

数据4: 过去12个月参与手工艺或者手作活动的部分主要原因（按年龄区分），2019年10月

改变初露端倪：消费者通过手工艺进行声援

网络让学习手工艺更加便捷

数据5: 对待手工艺或手作活动的部分态度，2019年10月

数据6: 了解手工艺或手作活动相关信息的渠道，2019年10月

消费者看重体验和创造个人风格

消费者做手工艺品时受中国文化启发

数据7: 对待手工艺或手作活动的部分态度，2019年10月

推销手工艺品是个好机会

数据8: 购买手工艺品的兴趣，2019年10月

我们的观点

议题与洞察

通过手工艺主题和活动，以树立更好的企业社会责任形象

现状

启示

数据9: 京东“快乐一起造”线下筹款活动

数据10: 京东“快乐一起造”在微信上的HTML5绘画游戏

数据11: 优衣库苗绣设计图案

手工艺为礼物市场带来新机遇

现状

启示

数据12: 中国部分APP上推荐的手工艺内容和产品

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

手工艺爱好者 - 中国 - 2020年1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

生活方式品牌可以采用手工艺跨界来提高店内体验

现状

启示

数据13: 上海K11中的部分艺术展览、城市农场区域和屋顶露台工艺品

数据14: 手工艺工厂内的部分手工艺活动

市场——您所需要了解的

中国手工艺市场正在兴起

休闲时间激发手工艺市场的扩张潜能

学做手工艺vs通过制作手工艺来学习

“国潮”引发了人们对工艺品的关注

短视频改变了消费者学习手工艺的方式

市场因素

在中国，手工艺是蕴含发展潜力的新兴市场

数据15: 过去12个月参与的手工艺或者手作活动——任何参与（按家庭月收入区分），2019年10月

数据16: 手工艺参与情况，美国，2019年1月

数据17: 过去12个月参与的手工艺或者手作活动——任何参与，2019年10月

更多休闲时间激发手工艺市场扩张潜力

数据18: 对夜晚活动的偏好，2019年8月

越来越有兴趣在休闲时间学习新技能

数据19: 大众点评上的各类手工艺线下指导课程

数据20: 手工艺付费知识课程

“国潮”引发对中国手工艺的关注和兴趣

数据 21: 结合中国传统文化元素的品牌

短视频的崛起让手工艺相关内容更加丰富

数据 22: 手工艺活动短视频

消费者——您所需要了解的

大部分是手工艺“探索者”，而非专业者

消费者制作手工艺不仅仅是为了消遣

网络让学习手工艺更加便捷

消费者寻求在手工艺活动中获得放松

中国传统文化通过手工艺绽放光芒

面对较年轻的消费者，品牌有潜力将手工艺制品宣传为送礼选择

推销手工艺品是个好机会

参与手工艺活动

大多数是探索者而不是能手

数据 23: 过去12个月参与的手工艺或者手作活动——任何参与和参与过6次或以上，2019年10月

参与度因性别和年龄而异

数据 24: 过去12个月参与的手工艺或者手作活动——任何参与（按性别和年龄区分），2019年10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

手工艺爱好者 - 中国 - 2020年1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

高收入者热衷于手工艺

数据 25: 过去12个月参与的手工艺或者手作活动——任何参与(按收入水平和教育程度区分), 2019年10月

外企员工热衷于小众手工艺

数据 26: 过去12个月参与的手工艺或者手作活动——任何参与(按公司类型区分), 2019年10月

数据 27: 过去12个月参与的部分手工艺或者手作活动——任何参与(按公司类型区分), 2019年10月

参与手工艺因城市线级而异

数据 28: 过去12个月参与的部分手工艺或者手作活动——任何参与(按城市线级区分), 2019年10月

参与手工艺因不同地域而异

数据 29: 过去12个月参与的部分手工艺或者手作活动——任何参与(按区域区分), 2019年10月

手工艺瞄准有孩子的家庭

数据 30: 过去12个月参与的手工艺或者手作活动——任何参与(按家庭构成区分), 2019年10月

手工艺跨界以提升品牌体验

数据 31: 交叉分析——过去12个月参加过的手工艺或者手作活动(按参加过的手工艺活动区分), 2019年10月

参加的主要原因

尽管爱好是提及最多的原因,但也有其他因素

数据 32: 过去12个月参与手工艺或者手作活动的主要原因, 2019年10月

获得新技能和庆祝生活中的特殊时刻激发年轻消费者的兴趣

数据 33: 部分过去12个月参与手工艺或者手作活动的主要原因(按年龄区分), 2019年10月

父亲更倾向于将手工艺视为促进亲子关系的工具

数据 34: 过去12个月参与手工艺或者手作活动的主要原因(按家庭构成区分), 2019年10月

生活方式影响消费者对手工艺的需求

数据 35: 过去12个月参与手工艺或者手作活动的主要原因(按公司类型区分), 2019年10月

手工艺制品的用途

18-24岁的消费者最有可能将手工艺制品用作礼品

数据 36: 手工艺制品的用途, 2019年10月

创建对企业社会责任的活动可为品牌提供机会

信息渠道

抖音已成仅次于微信的第二大渠道

数据 37: 了解手工艺或手作活动品相关信息的渠道, 2019年10月

小红书也激发年轻男性消费者的兴趣

数据 38: 信息渠道——小红书(按性别和年龄区分), 2019年10月

数据 39: 小红书上的摄影教程内容

数据 40: 信息渠道——家人/朋友/同事(按年龄区分), 2019年10月

投资小众网站以增加受众群体

数据 41: 交叉分析——了解手工艺相关信息或活动的渠道(按信息渠道区分), 2019年10月

流媒体对小众活动很重要

数据 42: 交叉分析——了解手工艺相关信息或活动的渠道(按手工艺活动区分), 2019年10月

对待手工艺或手作活动的态度

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

手工艺爱好者 - 中国 - 2020年1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

休闲市场中欣欣向荣的产业

数据 43: 对待手工艺活动的态度（按性别与年龄，家庭月收入和教育程度区分），2019年10月

体验对消费者更重要

数据 44: 对待手工艺或手作活动的部分态度，2019年10月

发展个人风格而不是简单地模仿

数据 45: 对待手工艺或手作活动的部分态度，2019年10月

更多从中国文化而不是西方文化中寻找灵感

数据 46: 对待手工艺或手作活动的部分态度，2019年10月

数据 47: 交叉分析——对待手工艺或手作活动的部分态度（按过去12个月参加过的手工艺活动区分），2019年10月

线上使学习更便捷

数据 48: 对待手工艺或手作活动的部分态度，2019年10月

数据 49: 交叉分析——对待手工艺或手作活动的部分态度（按参加的主要原因区分），2019年10月

只有23%的消费者认为智能手机在专业摄影方面可以和专业相机媲美

数据 50: 对待手工艺或手作活动的部分态度，2019年10月

数据 51: 对待手工艺活动的态度（按性别、年龄和家庭构成区分），2019年10月

数据 52: 苹果提供的部分线下摄影教学课程

购买手工艺品的兴趣

对手工制品的浓厚兴趣

数据 53: 购买手工制品的兴趣，2019年10月

手工制品瞄准年轻消费者

数据 54: 购买手工制品的兴趣——购买过或没买过，但有兴趣购买（按年龄区分），2019年10月

销售策略可因城市线级而异

数据 55: 购买手工制品的兴趣——购买过或没买过，但有兴趣购买（按城市线级区分），2019年10月

认识英敏特城市精英人群

更热衷手工艺

数据 56: 对待手工艺或手作活动的态度（按消费者分类区分），2019年10月

数据 57: 过去12个月参与的手工艺或者手作活动——参与过6次或以上（按消费者分类区分），2019年10月

体验当地文化和社交激发英敏特城市精英人群的兴趣

数据 58: 过去12个月参与手工艺或者手作活动的部分主要原因（按消费者分类区分），2019年10月

英敏特城市精英人群可帮助推广中国地方文化

数据 59: 对待手工艺或手作活动的部分态度（按消费者分类区分），2019年10月

英敏特城市精英人群注重通过手工艺分享经验和个人风格

数据 60: 对待手工艺或手作活动的部分态度（按消费者分类区分），2019年10月

数据 61: 对待手工艺或手作活动的态度（按消费者分类区分），2019年10月

附录——研究方法 with 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@mintel.com