

# 2020-2026年中国快时尚市场评估与市场需求预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国快时尚市场评估与市场需求预测报告》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.cction.com/report/202001/150161.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

## 二、说明、目录、图表目录

报告目录：

### 第一章快时尚行业的定义及发展背景

#### 1.1快时尚行业的定义

#### 1.2快时尚行业产生的经济背景

##### 1.2.1居民可支配收入

##### 1.2.2居民衣着消费分析

#### 1.3快时尚行业产生的社会背景

##### 1.3.1我国步入M型社会

###### (1) M型社会的定义

###### (2) 我国步入M型社会

##### 1.3.2奢侈风气的形成

### 第二章服装行业发展现状及经营特点分析

#### 2.1服装行业发展分析

#### 2.2服装行业经营分析

##### 2.2.1服装制造行业经营效益分析

##### 2.2.2服装制造行业偿债能力分析

##### 2.2.3服装制造行业运营能力分析

##### 2.2.4服装制造行业盈利能力分析

#### 2.3传统服装行业的经营特点分析

##### 2.3.1服装行业发展特点分析

##### 2.3.2服装行业运营模式分析

##### 2.3.3服装行业运营渠道分析

###### (1) 特许加盟模式

###### (2) 直营连锁模式

###### (3) B2C模式

### 第三章快时尚行业成功关键因素分析

#### 3.1快时尚行业的快

#### 3.2快时尚行业的狠

3.2.1 门店结构与“狼”的关系

3.2.2 社会结构与“狼”的关系

3.3 快时尚行业的准

3.3.1 采取潮流跟随策略

3.3.2 与奢侈品牌建立合作

## 第四章 快时尚行业的运营模式分析

4.1 SPA 模式的概念及价值链

4.2 快时尚行业的运营模式分析

4.2.1 快时尚行业的产品策略分析

4.2.2 快时尚行业的管理策略分析

4.2.3 快时尚行业的销售策略分析

## 第五章 快时尚行业发展现状分析

5.1 快时尚行业的发展现状分析

5.1.1 快时尚行业发展规模分析

5.1.2 国内快时尚企业发展状况分析

5.1.3 国际快时尚企业在华发展状况

5.1.4 我国快时尚行业发展现状总结

5.2 快时尚行业发展特点分析

## 第六章 快时尚行业电子商务发展分析

6.1 快时尚行业电子商务发展现状及前景

6.1.1 快时尚行业电子商务发展现状

6.1.2 快时尚行业电子商务发展趋势及前景

6.2 快时尚行业综合商城运营模式及优秀代表

6.2.1 综合商城模式简介

6.2.2 综合商城模式优劣势

6.2.3 综合商城模式优秀代表

(1) 天猫商城

(2) 天猫商城进驻快时尚品牌代表

(3) 进驻品牌代表经营业绩表现

- (4) 进驻品牌代表营销策略
- (5) 进驻品牌代表竞争力分析
- 6.2.4综合商城模式发展趋势及前景
- 6.3轻型品牌店运营模式及优秀代表
- 6.3.1轻型品牌店模式简介
- 6.3.2轻型品牌店模式优劣势
- 6.3.3轻型品牌店模式优秀代表——凡客
  - (1) 凡客简介
  - (2) 凡客经营规模
  - (3) 凡客营销策略
  - (4) 凡客竞争力分析
- 6.4快时尚电子商务营销方式分析
- 6.4.1视频广告营销
- 6.4.2搜索引擎营销
  - (1) 受众群体
  - (2) 优缺点分析
  - (3) 营销效果
- 6.4.3网络社区营销
  - (1) 受众群体
  - (2) 优缺点分析
  - (3) 营销效果
- 6.4.4EDM邮件营销
  - (1) 受众群体
  - (2) 优缺点分析
  - (3) 营销效果
- 6.4.5CPS营销
- 6.4.6积分营销
- 6.4.7DM目录营销
- 6.4.8线下活动营销
- 6.4.9传统媒体广告

## 第七章快时尚行业主要城市发展分析

## 7.1上海

### 7.1.1上海快时尚消费环境分析

- (1) 上海城镇人均可支配收入
- (2) 上海城镇居民消费支出
- (3) 上海城镇居民衣着消费

### 7.1.2上海快时尚行业发展现状

- (1) 上海服装行业市场规模
- (2) 上海快时尚行业进驻品牌
- (3) 上海快时尚品牌市场布局
- (4) 上海快时尚品牌竞争形势

### 7.1.3上海快时尚行业发展前景

## 7.2北京

### 7.2.1北京快时尚消费环境分析

- (1) 北京城镇居民可支配收入
- (2) 北京城镇居民消费支出
- (3) 北京城镇居民衣着消费

### 7.2.2北京快时尚行业发展现状

- (1) 北京服装行业市场规模
- (2) 北京快时尚行业进驻品牌
- (3) 北京快时尚品牌市场布局
- (4) 北京快时尚品牌竞争形势

### 7.2.3北京快时尚行业发展前景

## 7.3成都

### 7.3.1成都快时尚消费环境分析

- (1) 成都城镇居民可支配收入
- (2) 成都城镇居民消费支出
- (3) 成都城镇居民衣着消费

### 7.3.2成都快时尚行业发展现状

- (1) 成都服装行业市场规模
- (2) 成都快时尚行业进驻品牌
- (3) 成都快时尚品牌市场布局
- (4) 成都快时尚品牌竞争形势

### 7.3.3成都快时尚行业发展前景

## 7.4深圳

### 7.4.1深圳快时尚消费环境分析

- (1) 深圳城镇居民可支配收入
- (2) 深圳城镇居民消费支出
- (3) 深圳城镇居民衣着消费

### 7.4.2深圳快时尚行业发展现状

- (1) 深圳服装行业市场规模
- (2) 深圳快时尚行业进驻品牌
- (3) 深圳快时尚品牌市场布局
- (4) 深圳快时尚品牌竞争形势

### 7.4.3深圳快时尚行业发展前景

## 7.5沈阳

### 7.5.1沈阳快时尚消费环境分析

- (1) 沈阳城镇居民可支配收入
- (2) 沈阳城镇居民消费支出
- (3) 沈阳城镇居民衣着消费

### 7.5.2沈阳快时尚行业发展现状

- (1) 沈阳服装行业市场规模
- (2) 沈阳快时尚行业进驻品牌
- (3) 沈阳快时尚品牌市场布局

### 7.5.3沈阳快时尚行业发展前景

## 7.6武汉

### 7.6.1武汉快时尚消费环境分析

- (1) 武汉城镇居民可支配收入
- (2) 武汉城镇居民消费支出
- (3) 武汉城镇居民衣着消费

### 7.6.2武汉快时尚行业发展现状

- (1) 武汉服装行业市场规模
- (2) 武汉快时尚行业进驻品牌
- (3) 武汉快时尚品牌市场布局
- (4) 武汉快时尚品牌竞争形势

### 7.6.3武汉快时尚行业发展前景

## 7.7杭州

### 7.7.1杭州快时尚消费环境分析

- (1) 杭州城镇居民可支配收入
- (2) 杭州城镇居民消费支出
- (3) 杭州城镇居民衣着消费

### 7.7.2杭州快时尚行业发展现状

- (1) 杭州服装行业市场规模
- (2) 杭州快时尚行业进驻品牌
- (3) 杭州快时尚品牌市场布局
- (4) 杭州快时尚品牌竞争形势

### 7.7.3杭州快时尚行业发展前景

## 7.8广州

### 7.8.1广州快时尚消费环境分析

- (1) 广州城镇居民可支配收入
- (2) 广州城镇居民消费支出
- (3) 广州城镇居民衣着消费

### 7.8.2广州快时尚行业发展现状

- (1) 广州服装行业市场规模
- (2) 广州快时尚行业进驻品牌
- (3) 广州快时尚品牌市场布局
- (4) 广州快时尚品牌竞争形势

### 7.8.3广州快时尚行业发展前景

## 第八章快时尚行业领先企业经营情况分析

### 8.1国际快时尚品牌经营及在华拓展情况

#### 8.1.1西班牙ZARA

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌定位
- (3) 品牌设计
- (4) 销售情况
- (5) 经营模式



(6) 营销策略

(7) 在华拓展

#### 8.1.2瑞典H&M

(1) 品牌简介

(2) 品牌定位

(3) 品牌设计

(4) 销售情况

(5) 经营模式

(6) 营销策略

(7) 在华拓展

#### 8.1.3日本UNIQLO

(1) 品牌简介

(2) 品牌定位

(3) 品牌设计

(4) 销售情况

(5) 经营模式

(6) 营销策略

(7) 在华拓展

#### 8.1.4美国GAP

(1) 品牌简介

(2) 品牌定位

(3) 品牌设计

(4) 销售情况

(5) 经营模式

(6) 营销策略

(7) 在华拓展

#### 8.1.5日本MUJI

(1) 品牌简介

(2) 品牌定位

(3) 品牌设计

(4) 销售情况

(5) 经营模式

(6) 营销策略

(7) 在华拓展

#### 8.1.6英国M&S

(1) 品牌简介

(2) 品牌定位

(3) 销售情况

(4) 生产采购模式

(5) 经营模式

(6) 营销策略

(7) 在华拓展

#### 8.1.7荷兰C&A

(1) 品牌简介

(2) 品牌定位

(3) 经营模式

(4) 营销策略

(5) 在华拓展

#### 8.1.8法国UR

(1) 品牌简介

(2) 品牌定位

(3) 经营模式

(4) 反应速度

(5) 在华拓展

#### 8.1.9韩国E.LAND

(1) 品牌简介

(2) 品牌定位

(3) 品牌设计

(4) 销售情况

(5) 营销策略

(6) 在华拓展

#### 8.1.10丹麦ONLY

(1) 品牌简介

(2) 品牌定位

- (3) 品牌设计
- (4) 经营模式
- (5) 营销策略
- (6) 在华拓展

## 8.2国内快时尚企业经营情况分析

### 8.2.1上海美特斯邦威服饰股份有限公司

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌定位
- (3) 品牌设计
- (4) 销售情况
- (5) 经营模式
- (6) 营销策略

### 8.2.2广州依妙实业有限公司

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌定位
- (3) 品牌设计
- (4) 销售情况
- (5) 营销策略

### 8.2.3凡客诚品(北京)科技有限公司

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌定位
- (3) 品牌设计
- (4) 销售情况
- (5) 经营模式
- (6) 营销策略

### 8.2.4上海麦考林国际邮购有限公司

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌定位
- (3) 品牌设计
- (4) 销售情况
- (5) 经营模式
- (6) 营销策略

#### 8.2.5温州优衣派服饰控股有限公司

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌定位
- (3) 经营模式
- (4) 营销策略

#### 8.2.6阿仕顿男装连锁(中国)有限公司

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌定位
- (3) 品牌设计
- (4) 销售情况
- (5) 经营模式
- (6) 营销策略

#### 8.2.7福建诺奇股份有限公司

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌定位
- (3) 经营模式
- (4) 营销策略

#### 8.2.8北京九合尚品科技有限公司

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌定位
- (3) 品牌设计
- (4) 销售情况
- (5) 经营模式
- (6) 营销策略

#### 8.2.9广州摩拉网络科技有限公司

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌定位
- (3) 品牌设计
- (4) 销售情况
- (5) 经营模式
- (6) 营销策略

#### 8.2.10杭州黯涉电子商务有限公司

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌定位
- (3) 品牌设计
- (4) 销售情况
- (5) 经营模式
- (6) 营销策略

#### 8.2.11 山东韩都衣舍服饰有限公司

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌定位
- (3) 品牌设计
- (4) 销售情况
- (5) 经营模式
- (6) 营销策略

### 第九章 快时尚行业发展隐忧及投资风险分析

#### 9.1 快时尚行业发展隐忧及对策建议

##### 9.1.1 质量问题及对策

- (1) 质量问题
- (2) 质量问题产生原因
- (3) 质量问题解决对策建议

##### 9.1.2 设计款式隐忧及对策建议

- (1) 设计款式问题
- (2) 设计款式问题对策建议

##### 9.1.3 价格隐忧及对策建议

- (1) 价格问题
- (2) 价格问题及对策建议

##### 9.1.4 快时尚行业发展隐忧小结

#### 9.2 快时尚行业投资风险及建议

部分图表目录：

图表1：快时尚行业的三大特点

图表2：中国城镇居民人均总收入及同比增长（单位：元，%）

图表3：农村居民人均纯收入及同比增长（单位：元，%）

图表4：2017-2019年中国城镇居民衣着消费及同比增速（单位：元，%）

图表5：2017-2019年中国农村居民衣着消费及同比增速（单位：元，%）

图表6：M型社会模型

图表7：我国各地区城镇居民可支配收入标准差变化趋势（单位：元）

图表8：中国城镇居民奢侈品消费意愿

图表9：中国居民奢侈品消费需求比较

图表10：中国奢侈品品牌辨识平均数量（单位：个）

图表11：2017-2019年我国服装行业销售额及同比增速（单位：亿元，%）

图表12：我国服装行业的生命周期阶段

图表13：2017-2019年服装行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表14：2017-2019年中国服装行业偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表15：2017-2019年中国服装行业运营能力分析（单位：次）

图表16：2017-2019年中国服装行业盈利能力分析（单位：%）

图表17：我国服装行业发展的主要特点

图表18：服装制造行业的主要运营模式

图表19：服装行业主要运营模式介绍

图表20：服装行业特许加盟模式介绍

图表21：服装行业直营连锁模式介绍

图表22：服装行业B2C模式介绍

图表23：2019年中国含平台式B2C交易规模市场格局（单位：%）

图表24：2019年中国自主销售B2C交易规模市场格局（单位：%）

图表25：快时尚行业的“快”分析

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/150161.html>