

# 2020-2025年中国快时尚行业发展潜力分析及投资方向研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国快时尚行业发展潜力分析及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/481950.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

所谓“快时尚”，主要包含三方面的含义，即上货时间快、平价和紧跟时尚潮流，品牌定位为20-30岁年轻群体。时尚界以“快、狠、准”为主要特征的快时尚迅速兴起，带动全球的时尚潮流。

如何实现快时尚行业的“快”，是所有快时尚品牌必须考虑的问题。先人一步，就意味着能抢得先机，抢占市场，在激烈的市场竞争中获取先人一步的优势。快，就意味着能够紧跟潮流，能够为消费者提供最前沿的时尚产品。

### 2018年各国服装零售市场规模

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

### 报告目录：

#### 第1章 快时尚行业定义及发展背景

##### 1.1 快时尚行业定义

##### 1.2 社会形态变化背景

###### 1.2.1 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

###### (3) m型社会的启示

###### 1.2.2 奢侈风气的形成

###### (1) 名牌对青少年的吸引力

###### (2) 奢侈风气的启示

###### 1.2.3 浮躁心理的形成

###### (1) m型社会的浮躁心理

###### (2) 浮躁心理的启示

###### 1.2.4 社会形态变化小结

##### 1.3 社会消费能力背景

###### 1.3.1 居民消费能力及消费结构

###### (1) 居民可支配收入增长分析

###### (2) 居民消费结构分析

###### 1.3.2 服装类产品价格上涨分析

(1) 服装类出厂价格上涨分析

(2) 服装类消费价格上涨分析

### 1.3.3 城市女性消费调研

(1) 调研总体情况

(2) 分年龄结构分析

(3) 品牌选择偏好

(4) 影响消费主要因素

## 第2章 快时尚行业运营模式及关键成功要素

### 2.1 spa模式关键成功要素及价值链

#### 2.1.1 spa模式的概念

#### 2.1.2 spa模式的成功品牌代表

#### 2.1.3 spa模式的关键成功要素

(1) 前提是定位零售商

(2) 核心是时尚转换力

(3) 重点是生产能力

(4) 诀窍是门店展示

#### 2.1.4 spa模式的价值链

### 2.2 横向一体化模式关键成功要素及价值链

#### 2.2.1 横向一体化模式的概念

#### 2.2.2 横向一体化模式的成功品牌代表

#### 2.2.3 横向一体化模式的关键成功要素

#### 2.2.4 横向一体化模式的价值链

### 2.3 纵向一体化模式使用环境

#### 2.3.1 纵向一体化模式的概念

#### 2.3.2 纵向一体化模式的适用环境

## 第3章 快时尚行业发展现状及发展趋势

### 3.1 快时尚行业发展现状

#### 3.1.1 服装行业发展形势

(1) 服装行业发展市场规模

(2) 快时尚成服装市场典型运作模式

(3) 电子商务成服装销售最具成长性渠道

#### 3.1.2 快时尚行业发展现状

### 3.2 快时尚行业竞争分析

### 3.2.1 快时尚品牌竞争形势

从亚洲(中国)销售量来看，至2018年，GAP亚洲和H&M中国的销售体量约为12亿美元，而ZARA亚洲的销售体量为67亿美元，而优衣库中国的销售体量超过30亿美元。实际上在中国（亚洲）业务上，ZARA和优衣库已经领先GAP和H&M一个数量级了。

2014-2018年四大快时尚品牌中国（亚洲）销售额（亿美元）

（1）快时尚线下品牌竞争形势

（2）快时尚线上品牌竞争形势

### 3.2.2 快时尚与慢时尚竞争形势

### 3.2.3 快时尚核心竞争力分析

（1）速度

（2）价格

## 3.3 快时尚行业信息化建设现状

### 3.3.1 快时尚行业信息化建设现状

（1）信息化组织情况

（2）信息化系统应用情况

（3）信息化投入情况

### 3.3.2 快时尚行业信息化存在问题

### 3.3.3 快时尚行业信息化解决策略

## 3.4 快时尚行业发展趋势

## 第4章 快时尚行业供应链分析

### 4.1 快时尚行业供应链简介

### 4.2 快时尚行业产品设计

#### 4.2.1 快时尚行业设计模式

#### 4.2.2 快时尚行业设计要素

（1）色彩

（2）款式

（3）面料

（4）工艺

#### 4.2.3 快时尚行业设计趋势

### 4.3 快时尚行业原料采购

#### 4.3.1 快时尚行业采购模式

#### 4.3.2 快时尚行业采购成本

#### 4.3.3 快时尚行业采购趋势

### 4.4 快时尚行业生产制造

#### 4.4.1 快时尚行业生产模式

#### 4.4.2 快时尚行业生产成本

#### 4.4.3 快时尚行业生产趋势

#### 4.5 快时尚行业物流运输

##### 4.5.1 快时尚行业物流模式

##### 4.5.2 快时尚行业物流成本

##### 4.5.3 快时尚行业物流趋势

#### 4.6 快时尚行业终端销售

##### 4.6.1 快时尚行业销售模式

##### 4.6.2 快时尚行业销售成本

##### 4.6.3 快时尚行业销售趋势

### 第5章 快时尚行业营销模式分析

#### 5.1 特许加盟模式

##### 5.1.1 特许加盟模式简介

##### 5.1.2 特许加盟模式优缺点

##### 5.1.3 特许加盟模式成本分析

##### 5.1.4 特许加盟模式利润分析

##### 5.1.5 特许加盟模式代表企业

#### 5.2 直营连锁模式

##### 5.2.1 直营连锁模式简介

##### 5.2.2 直营连锁模式优缺点

##### 5.2.3 直营连锁模式成本分析

##### 5.2.4 直营连锁模式利润分析

##### 5.2.5 直营连锁模式代表企业

#### 5.3 b2c模式

##### 5.3.1 b2c模式简介

##### 5.3.2 b2c模式优缺点

##### 5.3.3 b2c模式成本分析

##### 5.3.4 b2c模式利润分析

##### 5.3.5 b2c模式代表企业

### 第6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 垂直商店运营模式及优秀代表

### 6.3.1 垂直商店模式简介

### 6.3.2 垂直商店模式优劣势

### 6.3.3 垂直商店模式优秀代表

#### (1) 麦考林简介

#### (2) 麦考林电子商务经营规模

#### (3) 麦考林电子商务营销策略

#### (4) 麦考林竞争力分析

### 6.3.4 垂直商店模式发展趋势及前景

## 6.4 轻型品牌店运营模式及优秀代表

### 6.4.1 轻型品牌店模式简介

### 6.4.2 轻型品牌店模式优劣势

### 6.4.3 轻型品牌店模式优秀代表

#### (1) 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

#### (2) 梦芭莎

#### 1) 梦芭莎简介

#### 2) 梦芭莎经营规模

#### 3) 梦芭莎营销策略

#### 4) 梦芭莎竞争力分析

## 6.5 快时尚电子商务营销方式分析

#### 6.5.1 视频广告营销

- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析
- (3) 营销效果

#### 6.5.2 搜索引擎营销

- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析
- (3) 营销效果

#### 6.5.3 网络社区营销

- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析
- (3) 营销效果

#### 6.5.4 edm邮件营销

- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析
- (3) 营销效果

#### 6.5.5 cps营销

- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析
- (3) 营销效果

#### 6.5.6 积分营销

- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析
- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析
- (3) 营销效果

#### 6.5.8 线下活动营销

- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析
- (3) 营销效果

#### 6.5.9 传统媒体广告

- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析
- (3) 营销效果

## 第7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) 上海经济发展及消费能力
- (2) 上海人口结构及客户群体
- (3) 上海消费观念及消费特征

#### 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) 北京经济发展及消费能力
- (2) 北京人口结构及客户群体
- (3) 北京消费观念及消费特征

#### 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) 成都经济发展及消费能力
- (2) 成都人口结构及客户群体
- (3) 成都消费观念及消费特征

#### 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) 深圳经济发展及消费能力
- (2) 深圳人口结构及客户群体
- (3) 深圳消费观念及消费特征

#### 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) 沈阳经济发展及消费能力
- (2) 沈阳人口结构及客户群体
- (3) 沈阳消费观念及消费特征

#### 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) 武汉经济发展及消费能力
- (2) 武汉人口结构及客户群体
- (3) 武汉消费观念及消费特征

#### 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) 杭州经济发展及消费能力
- (2) 杭州人口结构及客户群体

(3) 杭州消费观念及消费特征

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) 广州经济发展及消费能力

(2) 广州人口结构及客户群体

(3) 广州消费观念及消费特征

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8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

1) 市场定位

2) 目标客户

3) 产品定价

(3) 品牌设计

1) 产品设计

2) 上市数量

(4) 销售情况

(5) 经营模式

1) 生产采购

2) 订货模式

3) 物流模式

4) 供应链管理

(6) 营销策略

1) 销售网络

2) 宣传策略

3) 营销策略

4) 反应速度

(7) 在华拓展

1) 在华拓展路径

2) 在华拓展规模

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

1) 市场定位

2) 目标客户

(3) 品牌设计

1) 产品设计

2) 上市数量

(4) 销售情况

(5) 经营模式

1) 生产采购

2) 订货模式

3) 物流模式

4) 供应链管理

(6) 营销策略

1) 销售网络

2) 营销策略

3) 反应速度

第9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 (AK LYA)

(1) 质量问题

(2) 质量问题产生原因

1) 生产周期短

2) 生产外包

(3) 质量问题解决对策建议

1) 把握扩张步伐

2) 严格审核生产外包质量

9.1.2 设计款式隐忧及对策建议

(1) 设计款式问题

1) 缺乏原创设计

2) 不适合国人身材

(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

1) 定价偏高

2) 国内外售价不一致

(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分析

9.2.1 宏观经济波动风险

9.2.2 技术风险

9.2.3 供求风险

9.2.4 相关行业风险

9.2.5 区域风险

9.2.6 产品风险

(1) 产品定位风险

(2) 产品成本风险

(3) 产品质量控制风险

(4) 产品利润风险

图表目录：

图表 1：m型社会模型

图表 2：中国香港地区各阶层家庭占整个家庭数目比例（单位：%）

图表 3：中国香港家庭数目百分比变化（按家庭收入）（单位：%）

图表 4：青少年对名牌的喜欢比例

图表 5：青少年“时尚消费”现象调查报告

图表 6：青少年每月可动用的金钱（单位：元）

图表 7：2018-2019年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（单位：%）

图表 8：2018-2019年农村居民人均收入实际增长速度（单位：%）

图表 9：2015-2019年服装类出厂价格指数走势

图表 10：2018-2019年纺织服装行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/481950.html>