

2020-2026年中国快时尚市场深度评估与投资分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国快时尚市场深度评估与投资分析报告》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/202001/150162.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

第一节 快时尚行业的定义

第二节 快时尚行业产生的经济背景

一、居民消费能力及消费结构

（一）居民可支配收入

（二）居民消费结构分析

（三）衣着支出前十地区

第三节 快时尚行业产生的社会背景

一、我国步入M型社会

（一）M型社会的定义

（二）中国步入M型社会

二、M型社会的营销特点

第二章服装行业发展现状及经营特点分析

第一节 服装行业市场分析

一、服装行业产量分析

二、服装行业成交额分析

三、服装行业出口分析

四、服装行业零售分析

第二节 服装行业经营分析

一、服装制造行业发展概况

二、服装制造行业财务分析

（一）服装制造行业企业数量分析

（二）服装制造行业资产规模分析

（三）服装制造行业利润规模分析

（四）服装制造行业盈利能力分析

第三节 传统服装行业的经营特点分析

一、服装行业的特点分析

（一）劳动密集型

- (二) 周期短季节性强
- (三) 关注时尚性
- (四) 品牌意识凸现
- (五) 服装消费崇尚个性
- (六) 价格弹性大
- (七) 料件种类多
- (八) 销售网点多渠道庞大
- (九) 收入季节性明显
- (十) 信息化程度低

二、服装行业盈利模式及特点分析

- (一) 前店后厂模式
- (二) 贴牌加工模式
- (三) 中间商模式
- (四) 品牌商模式
- (五) 贸易商模式
- (六) 一体化模式

三、服装行业运营渠道及特点分析

- (一) 自营模式
- (二) 特许加盟模式
- (三) 批发模式
- (四) 经销商模式
- (五) 网络销售模式

第三章快时尚行业成功关键因素分析

第一节 快时尚行业的快

- 一、快时尚行业的快速设计
- 二、快时尚行业的快速采购
- 三、快时尚行业的快速制造
- 四、快时尚行业的快速物流

第二节 快时尚行业的狠

- 一、门店结构与“狠”的关系
- 二、社会结构与“狠”的关系

第三节 快时尚行业的准

一、采取潮流跟随策略

二、与奢侈品牌建立合作

第四章快时尚行业的运营模式分析

第一节 SPA模式

一、SPA模式的概念

二、SPA模式的关键要素

（一）定位于零售商

（二）时尚转换力

（三）生产能力

（四）门店展示

三、SPA模式价值链

四、SPA模式企业的组织结构

（一）扁平化组织结构

（二）买手模式的结构

（三）畅销一体化的组织结构

第二节 快时尚行业代表企业的运营模式分析

一、快时尚行业的营销策略分析

（一）Uniqlo的主要营销策略

（二）ZARA的主要营销策略

二、信息管理

（一）时尚信息与顾客需求信息收集系统

（二）产品信息和库存控制系统

三、快时尚行业的供应链控制分析

（一）ZARA供应链控制

（二）H&M供应链控制

（三）Uniqlo供应链控制

四、快时尚行业的物流控制分析

（一）ZARA物流控制

（二）H&M物流控制

第五章快时尚行业发展现状分析

第一节 快时尚行业的发展现状分析

一、国际快时尚企业在华发展状况

二、国内快时尚企业发展状况分析

第二节 快时尚行业发展特点分析

一、快时尚行业的目标市场

二、快时尚品牌的特征

三、快时尚行业的经营策略

（一）款多量少的产品策略

（二）优质低价的价格策略

（三）多手段多渠道的促销策略

（四）锁定核心商圈的渠道策略

四、快时尚的营销特点

第六章快时尚行业电子商务发展分析

第一节 快时尚行业电子商务发展现状

一、国际快时尚触网

二、线上线下同款同价

三、辐射门店空白区域

四、流量入口品牌教育

第二节 快时尚行业综合商城运营模式及优秀代表

一、综合商城模式简介

二、综合商城模式优秀代表

（一）天猫商城

（二）进驻天猫商城快时尚品牌代表

（三）FOREVER 21

（四）GAP

（五）MANGO

（六）C&A

（七）UNIQLO

第三节 轻型品牌店运营模式及优秀代表

一、轻型品牌店模式简介

二、轻型品牌店模式优秀代表——凡客

（一）网站市场定位分析

（二）服装网购规模分析

（三）竞争优势劣势分析

（四）凡客诚品营销策略

第四节 快时尚电子商务营销方式分析

一、搜索引擎营销方式分析

（一）搜索引擎营销现状分析

（二）搜索引擎营销成本收益

（三）搜索引擎营销竞争力分析

二、论坛营销方式分析

（一）论坛营销概述分析

（二）论坛营销优势分析

（三）论坛营销策略分析

三、微博营销方式分析

（一）微博营销现状分析

（二）微博营销的优劣势

（三）微博营销模式分析

（四）微博营销竞争分析

四、视频营销方式分析

（一）视频营销现状分析

（二）视频营销策略分析

（三）视频营销竞争分析

五、节日营销方式分析

（一）节日营销优势分析

（二）节日营销实施要点

（三）节日营销案例分析

六、话题营销方式分析

（一）话题营销基本情况

（二）话题营销实施步骤

（三）话题营销案例分析

七、微信营销方式分析

- (一) 微信营销优势分析
- (二) 微信营销模式分析
- (三) 微信营销案例分析

第七章 2019年快时尚行业主要城市发展分析

第一节 上海

一、上海快时尚消费环境分析

- (一) 上海城镇人均可支配收入
- (二) 上海城镇居民消费支出
- (三) 上海城镇居民衣着消费

二、上海快时尚行业发展现状

- (一) 上海服装行业市场规模
- (二) 上海快时尚行业进驻品牌
- (三) 上海快时尚品牌发展形势

第二节 北京

一、北京快时尚消费环境分析

- (一) 北京城镇人均可支配收入
- (二) 北京城镇居民消费支出
- (三) 北京城镇居民衣着消费

二、北京快时尚行业发展现状

- (一) 北京服装行业市场规模
- (二) 北京快时尚行业进驻品牌
- (三) 北京快时尚品牌竞争形势

三、北京快时尚行业发展前景

第三节 成都

一、成都快时尚消费环境分析

- (一) 成都城镇人均可支配收入
- (二) 成都城镇居民消费支出
- (三) 成都城镇居民衣着消费

二、成都快时尚行业发展现状

- (一) 成都服装行业市场规模
- (二) 成都快时尚行业进驻品牌

（三）成都快时尚品牌竞争形势

三、成都快时尚行业发展前景

第四节 深圳

一、深圳快时尚消费环境分析

（一）深圳城镇人均可支配收入

（二）深圳城镇居民消费支出

（三）深圳城镇居民衣着消费

二、深圳快时尚行业发展现状

（一）深圳服装行业市场规模

（二）深圳快时尚行业进驻品牌

（三）深圳快时尚品牌竞争形势

三、深圳快时尚行业发展前景

第五节 沈阳

一、沈阳快时尚消费环境分析

（一）沈阳城镇人均可支配收入

（二）沈阳城镇居民消费支出

（三）沈阳城镇居民衣着消费

二、沈阳快时尚行业发展现状

（一）沈阳服装行业市场规模

（二）沈阳快时尚行业进驻品牌

（三）沈阳快时尚品牌发展形势

第六节 武汉

一、武汉快时尚消费环境分析

（一）武汉城镇人均可支配收入

（二）武汉城镇居民消费支出

（三）武汉城镇居民衣着消费

二、武汉快时尚行业发展现状

（一）武汉服装行业市场规模

（二）武汉快时尚行业进驻品牌

（三）武汉快时尚品牌竞争形势

三、武汉快时尚行业发展前景

第七节 杭州

- 一、杭州快时尚消费环境分析
 - (一) 杭州城镇人均可支配收入
 - (二) 杭州城镇居民消费支出
 - (三) 杭州城镇居民衣着消费
- 二、杭州快时尚行业发展现状
 - (一) 杭州服装行业市场规模
 - (二) 杭州快时尚行业进驻品牌
 - (三) 杭州快时尚品牌竞争形势
- 三、杭州快时尚行业发展前景

第八节 广州

- 一、广州快时尚消费环境分析
 - (一) 广州城镇人均可支配收入
 - (二) 广州城镇居民消费支出
 - (三) 广州城镇居民衣着消费
- 二、广州快时尚行业发展现状
 - (一) 广州服装行业市场规模
 - (二) 广州快时尚行业进驻品牌
 - (三) 广州快时尚品牌竞争形势
- 三、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

第一节 国际快时尚品牌经营及在华拓展情况

一、西班牙ZARA

- (一) 品牌简介
- (二) 品牌定位
- (三) 品牌设计
- (四) 销售情况
- (五) 经营模式
- (六) 营销策略
- (七) 在华拓展

二、瑞典H&M

- (一) 品牌简介

(二) 品牌定位

(三) 品牌设计

(四) 销售情况

(五) 经营模式

(六) 营销策略

(七) 在华拓展

三、日本UNIQLO

(一) 品牌简介

(二) 品牌定位

(三) 品牌设计

(五) 经营模式

(六) 营销策略

(七) 在华拓展

第二节 国内快时尚企业经营情况分析

一、上海美特斯邦威服饰股份有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

(八) 企业经营模式分析

(九) 企业发展战略分析

二、森马集团有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

(八) 企业经营模式分析

(九) 企业发展战略分析

三、福建七匹狼实业股份有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

(八) 企业经营模式分析

(九) 企业发展战略分析

四、温州优衣派服饰控股有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业主要经济指标

(四) 企业经营效益分析

(五) 企业成本费用结构

(六) 企业经营模式分析

(七) 企业发展战略分析

五、东莞市以纯集团有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业主要经济指标

(四) 企业经营效益分析

(五) 企业成本费用结构

(六) 企业经营模式分析

(七) 企业发展战略分析

第九章 快时尚行业发展隐忧及投资风险分析

第一节 快时尚行业发展隐忧及对策建议

一、质量问题及对策

- (一) 质量问题
- (二) 质量问题产生原因
- (三) 质量问题导致信任危机

二、设计款式隐忧及对策建议

- (一) 设计款式问题
- (二) 设计款式问题对策建议

三、价格隐忧及对策建议

- (一) 价格问题
- (二) 价格问题的对策建议

第二节快时尚行业投资风险分析

一、宏观经济波动风险

二、技术风险

三、需求风险

四、行业风险

五、库存风险

部分图表目录：

图表1 2012-2019年四季度中国城镇居民人均可支配收入

图表2 我国城镇居民现金消费支出结构

图表3 我国衣着支出前十的地区

图表4 2009-2019年中国服装行业产量情况

图表5 2012-2019年四季度中国服装行业成交额情况

图表6 2012-2019年四季度中国服装行业出口额情况

图表7 2012-2019年四季度中国服装行业零售额情况

图表8 2013-2019年中国服装制造行业经济指标统计

图表9 2012-2019年中国服装制造企业数量变化趋势图

图表10 2011-2019年中国服装制造行业资产总额统计

图表11 2011-2019年中国服装制造行业销售收入统计

图表12 2011-2019年中国服装制造行业利润总额统计

图表13 2011-2019年中国服装制造行业毛利率情况

图表14 2011-2019年中国服装制造行业成本费用利润率情况

图表15 2011-2019年中国服装制造行业销售利润率情况

图表16 2011-2019年中国服装制造行业资产利润率情况

图表17 优衣库的大型专卖店示意图

图表18 H&M 时尚三角图

图表19 十大国际快时尚品牌在华门店数

图表20 四大快时尚品牌在北京的选址情况

图表21 天猫商城主要店铺类型一览

图表22 天猫商城用户访问情况统计

图表23 进驻天猫商城的国际快时尚品牌

图表24 FOREVER 21旗舰店的品牌系列

图表25 GAP官方旗舰店的产品分类

图表26 MANGO官方旗舰店的产品分类

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/150162.html>