

2023-2029年中国快时尚服装行业发展趋势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

一、报告报价

《2023-2029年中国快时尚服装行业发展趋势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/202303/346969.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

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。

2016年，从各大知名国际快时尚品牌新增门店数量来看，H&M门店拓展速度位列国际品牌第一，达68家；远超过MUJI、ZARA、C&A等其他国际品牌。从城市级别分布来看，2016年国际快时尚品牌虽然仍以一二线城市为主，但不少品牌已经在三、四线及以下城市拓展业务。本次国际品牌在三四线城市的新增门店占到了30%比例，各个快时尚品牌向三四线城市下沉明显。

2017年上半年，包括C&A、Forever21、GAP、H&M、MJstyle、MUJI（无印良品）、NEW LOOK、UNIQLO（优衣库）、UR、ZARA在内的十大快时尚品牌，上半年在内地共开了157家新店，分布全国21个省58个城市，与2016年同期135家相比，增长了16%。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国快时尚服装行业发展趋势与市场需求预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 快时尚服装行业基本情况

第一节 快时尚相关概述

一、快时尚行业的定义

二、快时尚服装品牌的特征

三、快时尚品牌的定位

第二节 快时尚的优劣

一、快时尚的优势

二、快时尚的弊端

第二章 2022年我国快时尚服装行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

第二节 社会环境分析

第三节 行业环境分析

一、服装行业运行情况

二、服装行业供应链管理特点

三、服装业集群发展趋势分析

四、服装行业的发展趋势特征

第三章 国际快时尚服装品牌在华发展分析

第一节 国际快时尚品牌在华发展现状

第二节 国际快时尚品牌区域发展分析

第三节 国际快时尚服装与传统服装竞争分析

第四节 国际快时尚品牌发展存在的问题及对策

第四章 中国本土快时尚服装行业发展分析

第一节 本土快时尚行业发展

第二节 本土快时尚经营情况

第三节 本土快时尚发展存在的问题

第四节 本土快时尚品牌创新和拓展新方向

第五章 快时尚服装行业电子商务发展分析

第一节 中国快时尚电子商务发展现状

第二节 快时尚电子商务遇到的问题及对策

第三节 电商时代下的快时尚品牌发展战略

第六章 快时尚服装行业的供应链模式分析

第一节 SPA模式相关概述

第二节 SPA型企业发展分析

第三节 服装SPA模式SWOT分析

第七章 快时尚服装行业消费者渠道偏好分析

第一节 消费者购买行为的模式和类型

第二节 欧美快时尚服装消费者分析

第三节 日韩快时尚服装消费者分析

第四节 本土快时尚服装消费者分析

第八章 快时尚服装行业渠道终端视觉营销分析

第一节 视觉营销基本概述

一、相关定义

二、功能和作用

第二节 快时尚品牌视觉营销案例分析

一、ZARA品牌案例分析

二、H&M品牌案例分析

三、C&A品牌案例分析

四、以纯品牌案例分析

五、ME&CITY品牌案例分析

第三节 国内外快时尚终端营销对比分析

一、快时尚服装品牌终端形象要素

二、快时尚服装品牌零售终端环境

三、中国服装终端视觉营销的存在的问题

四、快时尚服装行业渠道终端视觉营销策略

第九章 2022-2023年国际快时尚品牌发展模式及竞争力分析

第一节 西班牙Zara

一、企业情况

二、企业经营情况

三、企业在华情况

四、企业商业模式分析

第二节 瑞典H&M

一、企业情况经营情况

二、在华拓展情况

三、企业在华线上销售业务

四、企业在华渠道布局

第三节 日本uniqlo

一、企业基本情况

二、企业在华销售情况

三、企业商业模式分析

四、企业发展战略

第四节 美国Forever21

一、企业基本情况

二、中国布局情况

三、企业代运营电商模式

第五节 美国GAP

一、企业经营情况

二、企业布局中国市场

三、企业门店扩张现状

第六节 日本Muji

一、企业基本情况

二、企业发展策略

第七节 德国C&A

一、企业在华发展的优势

二、企业在华布局

第八节 市场新进入者分析

一、Old Navy

二、NEW LOOK

第十章 2019-2022年中国本土快时尚服装品牌企业竞争力分析

第一节 中国利郎

一、利郎集团简介

二、经营情况

三、企业转型快时尚战略

第二节 佐丹奴

一、公司简介

二、经营情况

三、门店拓展

第三节 都市丽人

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、企业电子商务现状

四、企业未来发展计划

第四节 阿仕顿

一、企业基本情况

二、企业SPA模式分析

三、企业快时尚发展状况

四、企业创新加盟模式

第五节 中国本土新兴快时尚品牌

一、UR

二、MJstyle

三、森马

四、韩都衣舍

五、拉夏贝尔

第十一章 2023-2029年中国快时尚服装行业投资分析及未来前景预测

第一节 快时尚领域投资机会分析

一、儿童服装领域

二、运动服装领域

第二节 快时尚模式风险企业预警

一、Mango

二、衣恋SPAO

三、李宁

四、美特斯邦威

五、麦考林

第三节 快时尚服装行业未来发展趋势及前景

一、国际快时尚品牌发展趋向

二、快时尚趋向多品牌集合

三、国际快时尚品牌在华发展趋势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202303/346969.html>