

# 2024-2030年中国快时尚产业 发展现状与发展前景预测报告

## 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

《2024-2030年中国快时尚产业发展现状与发展前景预测报告》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/202401/433275.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国快时尚产业发展现状与发展前景预测报告》共九章。首先介绍了快时尚行业市场发展环境、快时尚整体运行态势等，接着分析了快时尚行业市场运行的现状，然后介绍了快时尚市场竞争格局。随后，报告对快时尚做了重点企业经营状况分析，最后分析了快时尚行业发展趋势与投资预测。您若想对快时尚产业有个系统的了解或者想投资快时尚行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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

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）服装制造所属行业盈利能力分析

## 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) FOREVER21
- (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

## 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

## 三、日本UNIQLO

(一) 品牌简介

(二) 品牌定位

(三) 品牌设计

## 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

### 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

### 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

### 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、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

## 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

图表目录：

图表12017-2022年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我国衣着支出的地区

图表42017-2022年中国服装行业产量情况

图表52017-2022年中国服装行业成交额情况

图表62017-2022年中国服装行业出口额情况

图表72017-2022年中国服装行业零售额情况

图表82017-2022年中国服装制造行业经济指标统计

图表92017-2022年中国服装制造企业数量变化趋势图

图表102017-2022年中国服装制造所属行业资产总额统计

图表112017-2022年中国服装制造所属行业销售收入统计

图表122017-2022年中国服装制造所属行业利润总额统计

图表132017-2022年中国服装制造所属行业毛利率情况

图表142017-2022年中国服装制造所属行业成本费用利润率情况

图表152017-2022年中国服装制造所属行业销售利润率情况

图表162017-2022年中国服装制造所属行业资产利润率情况

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/433275.html>