

2022-2028年中国快时尚行业竞争战略分析及投资 前景规划报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国快时尚行业竞争战略分析及投资前景规划报告》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.chyxx.com/research/202010/903911.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

快时尚又称快速时尚。快时尚源自20世纪的欧洲，欧洲称之为“Fast Fashion”，而美国把它叫做“Speed to Market”。英国《卫报》创造了一个新词“McFashion”，前缀Mc取自McDonald's——像麦当劳一样“贩卖”时装。时至2006年，国际时尚趋势研究中心发布“快速、时尚”将成为未来十年服装行业的发展趋势。快时尚提供当下流行的款式和元素，以低价、款多、量少为特点，激发消费者的兴趣，最大限度地满足消费者需求。可以说，快时尚是全球化、民主化、年轻化和网络化这四大社会潮流共同影响下的产物。

快时尚特点

资料来源：智研咨询整理

智研咨询发布的《2022-2028年中国快时尚行业竞争战略分析及投资前景规划报告》共七章。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1章：快时尚行业成功关键因素分析

1.1 快时尚行业的快

1.2 快时尚行业的狠

1.2.1 门店结构与“狠”的关系

1.2.2 社会结构与“狠”的关系

1.3 快时尚行业的准

1.3.1 采取潮流跟随策略

1.3.2 与奢侈品牌建立合作

第2章：快时尚行业的运营模式分析

2.1 SPA模式的概念及价值链

2.2 快时尚行业的运营模式分析

2.2.1 快时尚行业的产品策略分析

2.2.2 快时尚行业的管理策略分析

2.2.3 快时尚行业的销售策略分析

2.3 快时尚行业的产业链质量管理分析

2.3.1 产业链质量管理的难点分析

2.3.2 产业链质量管理的建议

2.4 快时尚行业的物流模式分析

2.4.1 现代物流体系分析

2.4.2 快时尚行业的物流模式分析

第3章：快时尚行业发展现状分析

3.1 快时尚行业的发展现状分析

3.1.1 快时尚行业发展规模分析

3.1.2 国内快时尚企业发展状况分析

3.1.3 国际快时尚企业在华发展状况

3.1.4 我国快时尚行业发展现状总结

3.2 快时尚行业发展特点分析

3.3 快时尚行业发展前景分析

第4章：快时尚行业电子商务发展分析

4.1 快时尚行业电子商务发展现状及前景

4.1.1 快时尚行业电子商务发展现状

4.1.2 快时尚行业电子商务发展趋势及前景

4.2 快时尚行业综合商城运营模式及优秀代表

4.2.1 综合商城模式简介

4.2.2 综合商城模式优劣势

4.2.3 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

4.2.4 综合商城模式发展趋势及前景

4.3 轻型品牌店运营模式及优秀代表

4.3.1 轻型品牌店模式简介

4.3.2 轻型品牌店模式优劣势

4.3.3 轻型品牌店模式代表——凡客

(1) 凡客简介

(2) 凡客经营规模

(3) 凡客营销策略

- (4) 凡客现状分析
- 4.4 快时尚电子商务营销方式分析
 - 4.4.1 视频广告营销
 - 4.4.2 搜索引擎营销
 - (1) 受众群体
 - (2) 优缺点分析
 - (3) 营销效果
 - 4.4.3 网络社区营销
 - (1) 受众群体
 - (2) 优缺点分析
 - (3) 营销效果
 - 4.4.4 EDM邮件营销
 - (1) 受众群体
 - (2) 优缺点分析
 - (3) 营销效果
 - 4.4.5 CPS营销
 - 4.4.6 积分营销
 - 4.4.7 DM目录营销
 - 4.4.8 线下活动营销
 - 4.4.9 传统媒体广告
- 第5章：快时尚行业主要城市发展分析
 - 5.1 上海
 - 5.1.1 上海快时尚消费环境分析
 - 5.1.2 上海快时尚行业发展现状
 - 5.1.3 上海快时尚行业发展前景
 - 5.2 北京
 - 5.2.1 北京快时尚消费环境分析
 - 5.2.2 北京快时尚行业发展现状
 - 5.2.3 北京快时尚行业发展前景
 - 5.3 成都
 - 5.3.1 成都快时尚消费环境分析
 - 5.3.2 成都快时尚行业发展现状
 - 5.3.3 成都快时尚行业发展前景
 - 5.4 深圳
 - 5.4.1 深圳快时尚消费环境分析

5.4.2 深圳快时尚行业发展现状

5.4.3 深圳快时尚行业发展前景

5.5 沈阳

5.5.1 沈阳快时尚消费环境分析

5.5.2 沈阳快时尚行业发展现状

5.5.3 沈阳快时尚行业发展前景

5.6 武汉

5.6.1 武汉快时尚消费环境分析

5.6.2 武汉快时尚行业发展现状

5.6.3 武汉快时尚行业发展前景

5.7 杭州

5.7.1 杭州快时尚消费环境分析

5.7.2 杭州快时尚行业发展现状

5.7.3 杭州快时尚行业发展前景

5.8 广州

5.8.1 广州快时尚消费环境分析

5.8.2 广州快时尚行业发展现状

5.8.3 广州快时尚行业发展前景

第6章：快时尚行业领先企业经营情况分析

6.1 国际快时尚品牌经营及在华拓展情况

6.1.1 西班牙ZARA

(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

6.1.2 瑞典H&M

(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

6.1.3 日本UNIQLO

(1) 品牌简介

(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

6.1.4 美国GAP

(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

6.1.5 日本MUJI

(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

6.1.6 英国M&S

(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

6.1.7 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

6.1.8 法国UR

(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

6.1.9 韩国E.LAND

- (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

6.1.10 丹麦ONLY

- (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

6.2 国内快时尚企业经营情况分析

6.2.1 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

6.2.2 广州EMU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) 经营模式
- (6) 营销策略

6.2.3 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

6.2.4 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

6.2.5 森马国际集团（香港）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

6.2.6 北京九合尚品科技股份有限公司

(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

第7章：快时尚行业发展隐忧及投资风险分析

7.1 快时尚行业发展隐忧及对策建议

7.1.1 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

7.1.2 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

7.1.3 价格隐忧及对策建议

(1) 价格问题

(2) 价格问题及对策建议

7.1.4 快时尚行业发展隐忧小结

7.2 快时尚行业投资风险及建议（ZY LZQ）

图表目录：

图表1：快时尚行业的“快”分析

- 图表2：2021年美邦服饰加盟与直营门店营业收入及占比（单位：万元，%）
 - 图表3：2021年森马服饰加盟与直营门店营业收入及占比（单位：万元，%）
 - 图表4：2017-2021年美邦服饰与森马服饰的毛利率（单位：%）
 - 图表5：2017-2021年美邦服饰与森马服饰的销售费用（单位：亿元）
 - 图表6：快时尚行业的SPA模式分析
 - 图表7：快时尚行业的产品策略分析
 - 图表8：快时尚行业的管理策略分析
 - 图表9：快时尚行业的销售策略分析
 - 图表10：2017-2021年美邦服饰与森马服饰广告宣传费用与销售费用占比（单位：%）
 - 图表11：2017-2021年度美邦服饰销售毛利率和销售净利率（单位：%）
 - 图表12：2021年国际主要快时尚品牌在华门店总数（单位：家）
 - 图表13：2021年美特斯邦威服饰有限公司直营与加盟店铺经营占比情况（单位：%）
 - 图表14：快时尚行业的发展特点分析
 - 图表15：主要快时尚品牌的消费群体年龄结构（单位：岁）
 - 图表16：综合商场模式的优劣势分析
 - 图表17：优衣库在天猫商城的营销策略
 - 图表18：凡客诚品营销策略分析
 - 图表19：快时尚视频广告营销分析
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202010/903911.html>