

2020年中国快时尚市场前景研究报告- 行业运营态势与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国快时尚市场前景研究报告-行业运营态势与发展前景预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/510633510633.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

【报告大纲】

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

(1) 居民可支配收入

(2) 居民消费结构分析

(3) 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

(1) M型社会的定义

(2) 我国步入M型社会

二、奢侈风气的形成

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、服装行业销量分析

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、服装制造行业企业数量

二、服装制造行业财务分析

(1) 服装制造行业营业收入分析

(2) 服装制造行业资产负债分析

(3) 服装制造行业资产合计

(4) 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

(1) 区域集中度高

(2) 集群专业化发展

(3) 市场竞争模式转变

二、服装行业运营模式及特点分析

- (1) 前店后厂模式
- (2) 贴牌加工模式
- (3) 中间商模式
- (4) 品牌商模式
- (5) 一体化模式

三、服装行业运营渠道及特点分析

- (1) 特许加盟模式
- (2) 直营连锁模式
- (3) B2C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模式的概念及价值链

- 一、SPA模式的概念
- 二、SPA模式的价值链
- 三、SPA模式的成功品牌代表

第二节 快时尚行业的运营模式分析

- 一、快时尚行业的产品策略分析
 - (1) 快速复制策略
 - (2) 产品短缺策略
- 二、快时尚行业的管理策略分析
 - (1) 全程掌握物流供应链

(2) 建立实时管理系统

三、快时尚行业的销售策略分析

(1) 价格策略

(2) 渠道策略

(3) 广告策略

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、快时尚行业发展规模分析

二、国内快时尚企业发展状况分析

三、国际快时尚企业在华发展状况

四、我国快时尚行业发展现状总结

第二节 快时尚行业发展特点分析

一、目标消费群体的特点

(1) 年龄特征

(2) 喜好特征

二、快时尚行业产品特征

三、快时尚销售渠道特征

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及前景

一、快时尚行业电子商务发展现状

二、快时尚行业电子商务发展趋势及前景

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、综合商城模式优劣势

三、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

四、综合商城模式发展趋势及前景

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、轻型品牌店模式优劣势

三、轻型品牌店模式优秀代表——凡客

- (1) 凡客简介
- (2) 凡客经营规模
- (3) 凡客营销策略
- (4) 凡客竞争力分析

第四节 快时尚电子商务营销方式分析

一、视频广告营销

- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析
- (3) 营销效果

二、搜索引擎营销

- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析
- (3) 营销效果

三、网络社区营销

- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析
- (3) 营销效果

四、EDM邮件营销

- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析
- (3) 营销效果

五、CPS营销

- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析
- (3) 营销效果

六、积分营销

- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析

七、DM目录营销

- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析
- (3) 营销效果

八、线下活动营销

- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析
- (3) 营销效果

九、传统媒体广告

- (1) 受众群体
- (2) 优缺点分析
- (3) 营销效果

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

- (1) 上海城镇人均可支配收入
- (2) 上海城镇居民消费支出
- (3) 上海城镇居民衣着消费

二、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

三、上海快时尚行业发展前景

第二节 北京

一、北京快时尚消费环境分析

- (1) 北京城镇居民可支配收入
- (2) 北京城镇居民消费支出
- (3) 北京城镇居民衣着消费

二、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

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

- (1) 成都城镇居民可支配收入
- (2) 成都城镇居民消费支出

(3) 成都城镇居民衣着消费

二、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

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

(1) 深圳城镇居民可支配收入

(2) 深圳城镇居民消费支出

(3) 深圳城镇居民衣着消费

二、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

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

(1) 沈阳城镇居民可支配收入

(2) 沈阳城镇居民消费支出

(3) 沈阳城镇居民衣着消费

二、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

三、沈阳快时尚行业发展前景

第八章 快时尚行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 国际快时尚品牌经营及在华拓展情况

一、西班牙ZARA

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

二、瑞典H&M

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

三、日本UNIQLO

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

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

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

二、广州EMU依妙实业有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

三、凡客诚品(北京)科技有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

四、上海麦考林国际邮购有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

五、温州优衣派服饰控股有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

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

(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

二、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

三、价格隐忧及对策建议

(1) 价格问题

(2) 价格问题及对策建议

四、快时尚行业发展隐忧小结

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、供求风险

四、相关行业风险

五、区域风险

六、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 2017-2020年全国百家重点大型零售企业服装类商品零售额分月同比增速(%)

图表 2 2017-2020年全国百家重点大型零售企业服装类商品零售量分月同比增速(%)

图表 3 2017-2020年我纺织服装制造行业规模企业个数

图表 4 2017-2020年我纺织服装制造行业销售收入

图表 5 2017-2020年我纺织服装制造行业负债合计

图表 6 2017-2020年我纺织服装制造行业资产合计

图表 7 2017-2020年我纺织服装制造行业利润合计

图表 8 优衣库供应链模式

图表 9 2020年优衣库中国地区门店分布

图表 10 近3年上海美特斯邦威服饰股份有限公司资产负债率变化情况

图表 11 近3年上海美特斯邦威服饰股份有限公司产权比率变化情况

图表 12 近3年上海美特斯邦威服饰股份有限公司固定资产周转次数情况

图表 13 近3年上海美特斯邦威服饰股份有限公司流动资产周转次数变化情况

图表 14 近3年上海美特斯邦威服饰股份有限公司总资产周转次数变化情况

图表详见报告正文..... (GY YX)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业前景分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国快时尚市场前景研究报告-行业运营态势与发展前景预测》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业前景分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/510633510633.html>