

中国快时尚市场现状分析及未来五年投资商机研究报告

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《中国快时尚市场现状分析及未来五年投资商机研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/222351222351.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

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) 服装制造行业应收账款净额

(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

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

第七章 快时尚行业主要城市发展分析

第一节 上海

第二节 北京

第三节 成都

第四节 深圳

第五节 沈阳

第六节 武汉

第七节 杭州

第八节 广州

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

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌定位

二、瑞典H&M

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌定位

三、日本UNIQLO

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌定位

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) 品牌简介
- (2) 品牌定位

二、广州EMU依妙实业有限公司

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌定位

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

1) 生产周期短

2) 生产外包

(3) 质量问题解决对策建议

1) 把握扩张步伐

2) 严格审核生产外包质量

二、设计款式隐忧及对策建议

(1) 设计款式问题

1) 缺乏原创设计

2) 不适合国人身材

(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

1) 定价偏高

2) 国内外售价不一致

(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

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/222351222351.html>