



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2023年中国互联网快时尚 市场发展现状及战略咨询报告

# 一、调研说明

《2017-2023年中国互联网快时尚市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/288069.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.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、摘要、目录、图表

信息化时代，互联网技术已渗透到人们生活的方方面面，改变了人们的消费习惯和行为习惯。互联网也在深刻地影响并改变着各行各业。当前，在网络零售的冲击下，快时尚行业正面临一股互联网投资热潮，如何利用互联网思维来重塑行业，实现转型升级，是所有快时尚企业必须深入思考的一个问题。

2015年8月亚洲最大服装零售商迅销集团宣布在日本以平价提供最新、最好玩的时尚，受到众多年轻人追捧的快时尚品牌GU独家入驻天猫，并在天猫秋冬焕新活动中进行新品首发。而这一举措的契机正是由于消费者对于不受地域限制、自由享受GU时尚的呼声日益强烈。GU与天猫的牵手显示了迅销集团扩张中国市场的决心，也意味着“互联网+”快时尚产业变革也箭在弦上。

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：互联网快时尚行业发展前景分析

#### 1.1 互联网快时尚行业发展现状

##### 1.1.1 互联网快时尚行业发展阶段

##### 1.1.2 互联网快时尚行业兴起背景

（1）互联网+国家战略的形成

（2）传统产业转型升级战略

（3）享受型消费经济的崛起

（4）宏观经济增长方式转变

##### 1.1.3 互联网快时尚行业发展特点

##### 1.1.4 互联网快时尚行业市场规模

##### 1.1.5 互联网快时尚行业主要参与者

#### 1.2 互联网快时尚行业发展痛点

##### 1.2.1 互联网快时尚行业用户痛点

##### 1.2.2 互联网快时尚行业企业痛点

#### 1.3 互联网快时尚行业发展动因

##### 1.3.1 政策环境支持

(1) 互联网快时尚行业支持政策分析

(2) 政策对互联网快时尚行业的影响

### 1.3.2 社会环境向好

(1) M型社会消费需求导向

(2) 时尚消费风气的形成

(3) 快带中国战略的实施

### 1.3.3 经济环境刺激

(1) 国民生产总值增长情况

(2) 居民人均收入增长情况

(3) 经济对互联网快时尚行业的影响

## 1.4 互联网快时尚行业发展前景

### 1.4.1 互联网快时尚行业成功因素分析

(1) 互联网快时尚行业之快

(2) 互联网快时尚行业之狠

(3) 互联网快时尚行业之准

### 1.4.2 互联网快时尚行业发展趋势分析

### 1.4.3 互联网快时尚行业市场规模预测

## 第2章：互联网快时尚行业用户群体分析

### 2.1 互联网快时尚用户群体特征

#### 2.1.1 互联网快时尚用户群体规模

#### 2.1.2 互联网快时尚用户年龄分布

#### 2.1.3 互联网快时尚用户学历分布

#### 2.1.4 互联网快时尚用户职业分布

#### 2.1.5 互联网快时尚用户收入分布

#### 2.1.6 互联网快时尚用户城市分布

### 2.2 互联网快时尚用户消费特点

#### 2.2.1 互联网快时尚用户购物频次

#### 2.2.2 互联网快时尚用户购物场景

#### 2.2.3 互联网快时尚用户购物金额

#### 2.2.4 互联网快时尚用户信息渠道

(1) 信息获取渠道

(2) 喜欢的报刊杂志

(3) 吸引的广告方式

2.2.5 互联网快时尚用户购物渠道

2.2.6 互联网快时尚用户支付习惯

2.3 互联网快时尚用户消费偏好

2.3.1 互联网快时尚用户的关注点

2.3.2 互联网快时尚用户产品偏好

2.3.3 互联网快时尚用户品牌偏好

(1) 用户忠爱的时尚品牌

(2) 对竞争品牌的认知

(3) 品牌名称联想感觉

2.3.4 互联网快时尚用户价位偏好

2.3.5 互联网快时尚用户优惠活动偏好

2.4 互联网快时尚用户消费满意度

2.4.1 互联网快时尚用户满意度影响因素

2.4.2 互联网快时尚用户对产品满意度

2.4.3 互联网快时尚用户对品牌满意度

2.4.4 互联网快时尚用户对价格满意度

2.5 互联网快时尚用户特征总结

2.5.1 spass回归分析模型简析

2.5.2 互联网快时尚用户spass分析

第3章：快时尚行业的发展策略分析

3.1 SPA模式的概念及价值链

3.2 快时尚行业的运营模式分析

3.2.1 快时尚行业的产品策略分析

3.2.2 快时尚行业的管理策略分析

3.2.3 快时尚行业的销售策略分析

第4章：互联网快时尚行业经营模式创新

4.1 快时尚行业互联网思维分析

4.1.1 痛点思维

#### 4.1.2 爆点思维

#### 4.1.3 粉丝思维

### 4.2 快时尚行业综合商城运营模式及典型案例

#### 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 综合商城模式典型案例

##### (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典型案例

#### 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 轻型品牌店模式案例——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 快时尚互联网营销方式分析

#### 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：互联网快时尚行业典型案例分析

5.1 国际快时尚品牌互联网发展分析

5.1.1 国际快时尚品牌整体发展情况

5.1.2 国际快时尚品牌在华发展状况

5.1.3 国际快时尚品牌互联网发展分析

(1) zara

1) zara整体发展情况

2) zara在华扩张情况

3) zara产品特征分析

4) zara与互联网融合策略

5) zara运营模式分析

(2) H&M

1) H&M整体发展情况

2) H&M在华扩张情况

3) H&M产品特征分析

4) H&M与互联网融合策略

5) H&M运营模式分析

(3) 优衣库

1) 优衣库整体发展情况

2) 优衣库在华扩张情况

3) 优衣库产品特征分析

4) 优衣库与互联网融合策略

5) 优衣库运营模式分析

(4) GAP

- 1) GAP整体发展情况
- 2) GAP在华扩张情况
- 3) GAP产品特征分析
- 4) GAP与互联网融合策略
- 5) GAP运营模式分析

#### (5) Topshop

- 1) Topshop整体发展情况
- 2) Topshop在华扩张情况
- 3) Topshop产品特征分析
- 4) Topshop与互联网融合策略
- 5) Topshop运营模式分析

#### (6) Forever21

- 1) Forever21整体发展情况
- 2) Forever21在华扩张情况
- 3) Forever21产品特征分析
- 4) Forever21与互联网融合策略
- 5) Forever21运营模式分析

#### (7) UR

- 1) UR整体发展情况
- 2) UR在华扩张情况
- 3) UR产品特征分析
- 4) UR与互联网融合策略
- 5) UR运营模式分析

#### (8) MUJI

- 1) MUJI整体发展情况
- 2) MUJI在华扩张情况
- 3) MUJI产品特征分析
- 4) MUJI与互联网融合策略
- 5) MUJI运营模式分析

#### (9) C&A

- 1) C&A整体发展情况
- 2) C&A在华扩张情况



- 3) C&A产品特征分析
- 4) C&A与互联网融合策略
- 5) C&A运营模式分析

#### ( 10 ) LINCC

- 1) LINCC整体发展情况
- 2) LINCC在华扩张情况
- 3) LINCC产品特征分析
- 4) LINCC与互联网融合策略
- 5) LINCC运营模式分析

#### ( 11 ) M&S

- 1) M&S整体发展情况
  - 2) M&S在华扩张情况
  - 3) M&S产品特征分析
  - 4) M&S与互联网融合策略
  - 5) M&S运营模式分析
- 5.2 国内快时尚品牌互联网发展分析
- 5.2.1 国内快时尚品牌整体发展情况
  - 5.2.2 国内快时尚品牌市场格局分析
  - 5.2.3 国内快时尚品牌互联网发展分析

#### ( 1 ) 美特斯邦威

- 1) 美特斯邦威整体发展情况
- 2) 美特斯邦威品牌定位分析
- 3) 美特斯邦威产品特征分析
- 4) 美特斯邦威市场扩张分析
- 5) 美特斯邦威与互联网融合策略
- 6) 美特斯邦威运营模式分析

#### ( 2 ) EMU依妙

- 1) EMU依妙整体发展情况
- 2) EMU依妙品牌定位分析
- 3) EMU依妙产品特征分析
- 4) EMU依妙市场扩张分析
- 5) EMU依妙与互联网融合策略

## 6) EMU依妙运营模式分析

### (3) 凡客诚品

- 1) 凡客诚品整体发展情况
- 2) 凡客诚品品牌定位分析
- 3) 凡客诚品产品特征分析
- 4) 凡客诚品市场扩张分析
- 5) 凡客诚品与互联网融合策略
- 6) 凡客诚品运营模式分析

### (4) 麦考林

- 1) 麦考林整体发展情况
- 2) 麦考林品牌定位分析
- 3) 麦考林产品特征分析
- 4) 麦考林市场扩张分析
- 5) 麦考林与互联网融合策略
- 6) 麦考林运营模式分析

### (5) 韩都衣舍

- 1) 韩都衣舍整体发展情况
- 2) 韩都衣舍品牌定位分析
- 3) 韩都衣舍产品特征分析
- 4) 韩都衣舍市场扩张分析
- 5) 韩都衣舍与互联网融合策略
- 6) 韩都衣舍运营模式分析

### (6) 37°Love

- 1) 37°Love整体发展情况
- 2) 37°Love品牌定位分析
- 3) 37°Love产品特征分析
- 4) 37°Love市场扩张分析
- 5) 37°Love与互联网融合策略
- 6) 37°Love运营模式分析

## 第6章：互联网快时尚行业投资机会分析

### 6.1 互联网快时尚行业投资前景

## 6.2 互联网快时尚行业投资热潮

### 6.2.1 互联网快时尚行业投资方式

### 6.2.2 互联网快时尚不同模式投资案例

### 6.2.3 互联网快时尚细分市场投资案例

#### (1) 互联网时装行业投资案例

#### (2) 互联网首饰行业投资案例

#### (3) 互联网化妆品行业投资案例

#### (4) 互联网快时尚设计行业投资案例

## 6.3 互联网快时尚行业投资机会

### 6.3.1 最具投资前景的细分行业

### 6.3.2 最具投资前景的重点区域

## 第7章 电商行业发展分析

### 7.1 电子商务发展分析

#### 7.1.1 电子商务定义及发展模式分析

#### 7.1.2 中国电子商务行业政策现状

#### 7.1.3 2013-2016年中国电子商务行业发展现状

### 7.2 "互联网+"的相关概述

#### 7.2.1 "互联网+"的提出

#### 7.2.2 "互联网+"的内涵

#### 7.2.3 "互联网+"的发展

#### 7.2.4 "互联网+"的评价

#### 7.2.5 "互联网+"的趋势

### 7.3 电商市场现状及建设情况

#### 7.3.1 电商总体开展情况

#### 7.3.2 电商案例分析

#### 7.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

### 7.4 电商行业未来前景及趋势预测

#### 7.4.1 电商市场规模预测分析

#### 7.4.2 电商发展前景分析

### 图表目录：

#### 图表1：互联网快时尚行业发展历程

图表2：快时尚行业的发展特点分析

图表3：主要快时尚品牌的消费群体年龄结构（单位：岁）

图表4：2009-2014年互联网快时尚行业市场规模（单位：亿元，%）

图表5：互联网快时尚行业参与者

图表6：互联网快时尚行业用户痛点总结

图表7：互联网快时尚行业企业痛点总结

图表8：互联网快时尚行业支持政策汇总

图表9：互联网快时尚行业政策影响

图表10：2008-2016年我国GDP增长变化（单位：亿元，%）

图表11：2008-2016年我国居民人均收入变化情况

图表12：2008-2016年我国奢侈品行业市场规模在GDP中的比重变化

图表13：互联网快时尚行业发展趋势汇总

图表14：2015-2020年我国互联网快时尚行业市场规模预测

图表15：互联网快时尚用户年龄分布

图表16：互联网快时尚用户学历分布

图表17：互联网快时尚用户职业分布

图表18：互联网快时尚用户收入分布

图表19：互联网快时尚用户城市分布

图表20：根据不同年龄的互联网快时尚用户购物频次分布

图表21：根据不同学历的互联网快时尚用户购物频次分布

图表22：根据不同职业的互联网快时尚用户购物频次分布

图表23：根据不同收入的互联网快时尚用户购物频次分布

图表24：根据不同城市的互联网快时尚用户购物频次分布

图表25：根据不同年龄的互联网快时尚用户购物金额分布

图表26：根据不同学历的互联网快时尚用户购物金额分布

图表27：根据不同职业的互联网快时尚用户购物金额分布

图表28：根据不同收入的互联网快时尚用户购物金额分布

图表29：根据不同城市的互联网快时尚用户购物金额分布

图表30：根据不同年龄的互联网快时尚用户信息渠道分布

图表31：根据不同学历的互联网快时尚用户信息渠道分布

图表32：根据不同职业的互联网快时尚用户信息渠道分布

图表33：根据不同收入的互联网快时尚用户信息渠道分布

图表34：根据不同城市的互联网快时尚用户信息渠道分布

图表35：根据不同年龄的互联网快时尚用户购物渠道分布

图表36：根据不同学历的互联网快时尚用户购物渠道分布

图表37：根据不同职业的互联网快时尚用户购物渠道分布

图表38：根据不同收入的互联网快时尚用户购物渠道分布

图表39：根据不同城市的互联网快时尚用户购物渠道分布

图表40：互联网快时尚用户支付习惯

图表41：互联网快时尚用户关注点排名

图表42：互联网快时尚用户产品偏好

图表43：互联网快时尚用户品牌偏好

图表44：互联网快时尚用户价位偏好

图表45：互联网快时尚用户产品满意度

图表46：互联网快时尚用户品牌满意度

图表47：互联网快时尚用户价格满意度

图表48：快时尚行业的SPA模式分析

图表49：快时尚行业的产品策略分析

图表50：快时尚行业的管理策略分析

图表51：快时尚行业的销售策略分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/288069.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。