



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国快时尚服装行业市场深度调研及未来发展趋势 研究报告

一、调研说明

《2018-2024年中国快时尚服装行业市场深度调研及未来发展趋势研究报告》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/290765.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

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

报告目录：

第一章 快时尚服装行业基本情况

1.1 快时尚相关概述

1.1.1 快时尚行业的定义

1.1.2 快时尚服装品牌的特征

1.1.3 快时尚品牌的定位

1.2 快时尚的优劣

1.2.1 快时尚的优势

1.2.2 快时尚的弊端

第二章 2016-2017年我国快时尚服装行业发展环境分析

2.1 经济环境分析

2.1.1 经济发展现状分析

2.1.2 当前经济主要问题

2.1.3 未来经济运行与政策展望

2.2 社会环境分析

2.2.1 M型社会的形成

2.2.2 大众消费观的转变

2.2.3 快时尚存在的合理性

2.2.4 快时尚物流配送环境分析

2.3 行业环境分析

2.3.1 2016-2017年服装行业运行情况

2.3.2 服装行业供应链管理特点

2.3.3 服装业集群发展趋势分析

2.3.4 服装行业的发展趋势特征

第三章 2016-2017年国际快时尚服装品牌在华发展分析

3.1 2016年国际快时尚品牌在华发展现状

3.1.1 国际快时尚品牌在华新增门店数量

3.1.2 国际快时尚品牌在营状况

3.2 2017年上半年国际快时尚品牌在华发展现状

3.2.1 国际快时尚品牌在华开店状况

- 3.2.2 国际快时尚品牌在营情况
- 3.3 国际快时尚品牌区域发展分析
 - 3.3.1 华东、华南领先 西北拓展空间大
 - 3.3.2 中西部省会城市空白慢慢被填补
 - 3.3.3 主要省市发展
- 3.4 国际快时尚服装与传统服装竞争分析
- 3.5 国际快时尚品牌发展存在的问题及对策
 - 3.5.1 关店潮
 - 3.5.2 业绩下滑
 - 3.5.3 企业环保问题
 - 3.5.4 渠道问题及对策
 - 3.5.5 联名系列叫好不叫座
 - 3.5.6 抄袭成风

第四章 2013-2017年中国本土快时尚服装行业发展分析

- 4.1 本土快时尚行业发展
 - 4.1.1 本土企业布局快时尚
 - 4.1.2 本土快时尚品牌服务商意识
- 4.2 2017年本土快时尚经营情况
 - 4.2.1 本土快时尚品牌迅猛占领市场
 - 4.2.2 本土快时尚的线下扩张
- 4.3 本土快时尚发展存在的问题
 - 4.3.1 本土快时尚转型缺失品牌灵魂
 - 4.3.2 本土快时尚发展短板因素
- 4.4 本土快时尚品牌创新和拓展新方向

第五章 2013-2017年快时尚服装行业电子商务发展分析

- 5.1 中国快时尚电子商务发展现状
- 5.2 快时尚电子商务遇到的问题及对策
- 5.3 电商时代下的快时尚品牌发展战略
 - 5.3.1 品牌故事
 - 5.3.2 运营成本
 - 5.3.3 生产及流通环节
 - 5.3.4 新顾客的引入

5.3.5 老客户的维系

第六章 2013-2017年快时尚服装行业的供应链模式分析

6.1 SPA模式相关概述

6.1.1 SPA定义及特征

6.1.2 SPA模式价值链

6.1.3 SPA体系四大模块

6.1.4 SPA模式发展历程

6.2 SPA型企业发展分析

6.2.1 SPA模式成功的四大要素

6.2.2 SPA模式企业的组织结构类型

6.2.3 SPA型企业组织结构设置原则

6.3 服装SPA模式SWOT分析

6.3.1 服装SPA模式的优势

6.3.2 服装SPA模式的不足

6.3.3 服装SPA模式的机会

6.3.4 服装SPA模式的威胁

第七章 2013-2017年快时尚服装行业消费者渠道偏好分析

7.1 消费者购买行为的模式和类型

7.1.1 消费者认知需求

7.1.2 消费者信息搜集

7.1.3 消费者选择评价方案

7.1.4 消费者实施购买行为

7.2 欧美快时尚服装消费者分析

7.2.1 欧美快时尚年龄分布

7.2.2 欧美快时尚性别分布

7.2.3 欧美快时尚地域分布

7.2.4 欧美快时尚互联网声量

7.3 日韩快时尚服装消费者分析

7.3.1 日韩美快时尚年龄分布

7.3.2 日韩快时尚性别分布

7.3.3 日韩快时尚互联网声量

7.3 本土快时尚服装消费者分析

7.3.1 本土快时尚年龄分布

7.3.2 本土快时尚性别分布

7.3.3 本土快时尚地域分布

第八章 2013-2017年快时尚服装行业渠道终端视觉营销分析

8.1 视觉营销基本概述

8.1.1 相关定义

8.1.2 功能和作用

8.2 快时尚品牌视觉营销案例分析

8.2.1 ZARA品牌案例分析

8.2.2 H&M品牌案例分析

8.2.3 C&A品牌案例分析

8.2.4 以纯品牌案例分析

8.2.5 ME&CITY品牌案例分析

8.3 国内外快时尚终端营销对比分析

8.3.1 快时尚服装品牌终端形象要素

8.3.2 快时尚服装品牌零售终端环境

8.3.3 国内服装终端视觉营销的存在的问题

8.3.4 快时尚服装行业渠道终端视觉营销策略

第九章 2013-2017年国际快时尚品牌发展模式及竞争力分析

9.1 西班牙ZARA

9.1.1 企业情况

9.1.2 企业经营情况

9.1.3 企业在华情况

9.1.4 企业商业模式分析

9.2 瑞典H&M

9.2.1 企业情况

9.2.2 企业在华拓展情况

9.2.3 企业在华线上销售业务

9.2.4 企业在华渠道布局

9.3 日本UNIQLO

9.3.1 企业基本情况

9.3.2 2017年上半年企业在华销售情况

9.3.3 企业商业模式分析

9.3.4 企业发展战略

9.4 美国FOREVER21

9.4.1 企业基本情况

9.4.2 国内布局情况

9.4.3 企业代运营电商模式

9.5 美国GAP

9.5.1 企业经营情况

9.5.2 企业布局中国市场

9.5.3 企业门店扩张现状

9.6 日本MUJI

9.6.1 企业基本情况

9.6.2 企业发展策略

9.7 德国C&A

9.7.1 企业在华发展的优势

9.7.2 企业在华布局

9.8 市场新进入者分析

9.8.1 OLD NAVY

9.8.2 NEW LOOK

第十章 2013-2017年中国本土快时尚服装品牌企业竞争力分析

10.1 中国利郎

10.1.1 利郎集团简介

10.1.2 经营情况

10.1.3 企业转型快时尚战略

10.2 佐丹奴

10.2.1 公司简介

10.2.2 经营情况

10.2.3 门店拓展

10.3 都市丽人

10.3.1 企业基本情况

10.3.2 企业经营情况

10.3.3 企业电子商务现状

10.3.4 企业未来发展计划

10.4 阿仕顿

10.4.1 企业基本情况

10.4.2 企业SPA模式分析

10.4.3 企业快时尚发展状况

10.4.4 企业创新加盟模式

10.5 中国本土新兴快时尚品牌

10.5.1 UR

10.5.2 MJSTYLE

10.5.3 森马

10.5.4 韩都衣舍

10.5.5 拉夏贝尔

第十一章 2018-2024年中国快时尚服装行业投资分析及未来前景预测(AK HT)

11.1 快时尚领域投资机会分析

11.1.1 男装领域

11.1.2 儿童服装领域

11.1.3 运动服装领域

11.2 快时尚模式风险企业预警

11.2.1 MANGO

11.2.2 衣恋SPAO

11.2.3 李宁

11.2.4 美特斯邦威

11.2.5 麦考林

11.3 快时尚服装行业未来发展趋势及前景

11.3.1 国际快时尚品牌发展趋向

11.3.2 快时尚趋向多品牌集合

11.3.3 国际快时尚品牌在华发展趋势

图表目录：

图表 1：快时尚行业的三大特点

图表 2：快时尚行业的“快”分析

图表 3：2008-2017年中国季度GDP增长率走势图 单位：%

图表 4：2014-2017年1-中国国内生产总值情况

图表 5：2015-2017年中国分产业季度GDP增长率走势图 单位：%

图表 6：2015-2017年中国工业增加值走势图 单位：%

图表 7：2009-2017年中国固定资产投资走势图 单位：%

图表 8：2014-2017年中国东、中、西部地区固定资产投资走势图 单位：%

图表 9：2015-2017年中国月度进出口走势图 单位：%

图表 10：2011-2017年中国社会消费品零售总额走势图 单位：亿元，%

图表 11：2015-2017年中国社会消费品零售总额构成走势图 单位：%

图表 12：2014-2017年上半年中国城乡居民收入情况

图表 13：2015-2017年中国CPI、PPI走势图 单位：%

图表 14：2015-2017年中国企业商品价格指数走势图（上年同期为100）

图表 15：2014-2017年中国货币供应量走势图 单位：亿元

图表 16：2014-2017年中国存、贷款量走势图 单位：亿元 %

图表 17：2009-2017年中国月度新增贷款量走势图 单位：亿元

图表 18：2009-2017年中国汇储备总额走势图 单位：亿美元、%

图表 19：2003-2017年中国服装产量及增长情况

图表 20：2003-2017年中国服装及衣着附件出口金额

图表 21：2016年国际快时尚品牌新增门店数量

图表 22：2016年国际快时尚品牌新增门店城市级别（数量：家）

图表 23：十大快时尚2016/2017年上半年开店对比

图表 24：十大时尚上半年内地开店区域对比

图表 25：2017年上半年十大时尚内地开店省份分布

图表 26：2017年上半年十大时尚内地开店城市分布TOP20

图表 27：2017年前几大快时尚品牌武汉开店情况

图表 28：2017年十大快时尚品牌武汉开店分部情况

图表 29：欧美快时尚年龄分布

图表 30：欧美快时尚性别分布

图表 31：欧美快时尚地域分布

图表 32：欧美快时尚互联网声量

图表 33：日韩快时尚年龄分布

图表 34：日韩快时尚性别分布

图表 35：日韩快时尚互联网声量

图表 36：本土快时尚年龄分布

图表 37：本土快时尚性别分布

图表 38：本土快时尚地域分布

图表 39：快时尚服装品牌终端形象要素

图表 40：国际快时尚品牌在华门店数量

图表 41：2017年上半年利郎国内按区域收入情况

略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/290765.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）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。