

中国快时尚行业现状动态及前景发展趋势预测报告2024-2029年

产品名称	中国快时尚行业现状动态及前景发展趋势预测报告2024-2029年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国快时尚行业现状动态及前景发展趋势预测报告2024-2029年【报告编号】：408477【出版时间】：2023年9月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元
免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员。

——综述篇——第1章：快时尚行业综述及数据来源说明1.1 快时尚行业界定1.1.1 快时尚的定义1.1.2 快时尚成功的关键因素1、快时尚行业的“快”2、快时尚行业的“狠”（1）门店结构与“狠”的关系（2）社会结构与“狠”的关系3、快时尚行业的“准”（1）采取潮流跟随策略（2）与shechi品牌建立合作1.1.3 快时尚行业分类1.1.4 快时尚所处行业1.1.5 快时尚行业监管1.2 快时尚产业画像1.2.1 快时尚产业链结构梳理1.2.2 快时尚产业链生态图谱1.2.3 快时尚产业链区域热力图1.3 本报告数据来源及统计标准说明1.3.1 本报告研究范围界定说明1.3.2 本报告quanwei数据来源1.3.3 本报告研究方法及统计标准——现状篇——第2章：全球及中国快时尚行业发展现状及规模2.1 全球快时尚行业发展概况2.1.1 快时尚行业发展规模2.1.2 快时尚行业区域格局2.2 国外快时尚品牌的中国发展史2.3 中国本土快时尚品牌的发展史2.4 快时尚的演进形态：快时尚 超快时尚（DTC） 实时时尚2.5 中国市场快时尚品牌开店及进入情况2.5.1 快时尚品牌开店数量及增速2.5.2 中国市场主要快时尚品牌的入场时间2.5.3 中国市场主要快时尚品牌的开店数量变化2.5.4 中国市场主要快时尚品牌在购物中心的开店数量2.6 中国市场快时尚品牌关店及退出情况2.6.1 近年来退出中国市场的快时尚品牌2.6.2 中国市场主要快时尚品牌的关店数量2.7 国际快时尚企业在中国市场门店总数2.8 中国本土快时尚品牌入场及门店布局2.8.1 中国本土快时尚品牌入场情况2.8.2 中国本土快时尚品牌门店布局2.8.3 中国本土快时尚品牌经营情况2.9 中国快时尚行业市场需求/销售2.9.1 需求特征（谁需要）2.9.2 流通体系（渠道体系）2.9.3 需求现状（需求量）2.10 中国快时尚行业市场规模体量2.11 中国快时尚行业发展痛点及挑战第3章：中国快时尚市场竞争状况与资本市场动向3.1 中国快时尚市场竞争格局3.1.1 快时尚行业市场竞争集群/梯队3.1.2 快时尚行业市场竞争格局3.1.3 快时尚行业市场集中度3.2 快时尚跨国公司在华市场竞争力3.3 快时尚跨国公司在华竞争策略3.4 快时尚行业融资动态及热门赛道3.4.1 整体融资情况3.4.2 融资事件汇总3.4.3 融资规模3.4.4

热门融资赛道1、定制服装（西装等）2、贴身衣物（运动、内衣）3.5 快时尚行业兼并重组动态3.5.1 兼并重组阶段、方式及动因3.5.2 兼并重组事件3.5.3 兼并重组案例3.5.4 兼并重组趋势3.6 快时尚行业IPO动态3.6.1 行业IPO事件汇总3.6.2 行业IPO事件解读第4章：快时尚经营模式及供应链发展4.1 SPA模式的概念及价值链4.2 快时尚行业的运营模式4.2.1 快时尚行业的产品策略分析4.2.2 快时尚行业的管理策略分析4.2.3 快时尚行业的销售策略分析4.3 快时尚行业的物流模式分析4.3.1 现代物流体系分析4.3.2 快时尚行业的物流模式分析4.4 中国快时尚供应链发展现状4.4.1 快时尚产品开发流程4.4.2 中国快时尚上游市场概况4.4.3 中国快时尚设计师人才市场4.5 中国服装行业经济运行现状4.5.1 中国服装业生产情况4.5.2 中国服务业内销情况4.5.3 中国服装业出口情况4.5.4 中国服装业投资情况4.5.5 中国服装业经营效益4.6 基于现代价值链理论的“快时尚”成本控制4.6.1 产品研发与设计的成本控制4.6.2 价值链上游的成本控制——原材料的采购4.6.3 价值链中游的成本控制——内外价值链1、内部价值链成本控制2、外部价值链成本控制4.6.4 价值链下游的成本控制——销售与售后服务4.7 快时尚质量管控难点与策略建议4.7.1 快时尚质量管控的难点分析4.7.2 快时尚质量管控的策略建议第5章：快时尚行业消费场景及用户触达5.1 快时尚行业消费场景5.2 快时尚行业销售模式5.3 快时尚行业销售渠道分布5.4 快时尚行业线上渠道发展5.5 快时尚电子商务平台发展5.6 快时尚跨境电商发展现状5.7 快时尚短视频及直播电商发展现状5.8 综合商城运营模式及案例5.8.1 综合商城模式简介5.8.2 综合商城模式优劣势5.8.3 综合商城模式案例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5.8.4 综合商城模式发展趋势及前景5.9 轻型品牌店运营模式及案例5.9.1 轻型品牌店模式简介5.9.2 轻型品牌店模式优劣势5.9.3 轻型品牌店模式代表——南极人5.10 快时尚行业市场营销策略5.10.1 快时尚行业产品营销策略5.10.2 快时尚行业内容营销策略5.10.3 快时尚行业营销渠道布局1、影视综艺植入2、KOL营销3、微信引流4、搜索引擎营销5、网络社区营销6、CPS营销7、积分营销8、线下活动营销9、传统媒体广告10、其他新媒体渠道5.11 中国快时尚行业消费行为特征总结5.12 中国快时尚行业细分消费市场战略地位分析第6章：快时尚行业细分产品市场分析6.1 快时尚行业细分市场现状6.1.1 快时尚细分市场结构6.1.2 快时尚产品综合对比6.2 快时尚细分市场：女装6.2.1 女装概述6.2.2 女装市场概况6.2.3 女装企业布局6.2.4 女装发展趋势6.3 快时尚细分市场：男装6.3.1 男装概述6.3.2 男装市场概况6.3.3 男装企业布局6.3.4 男装发展趋势6.4 快时尚细分市场：内衣6.4.1 内衣概述6.4.2 内衣市场概况6.4.3 内衣企业布局6.4.4 内衣发展趋势6.5 快时尚细分市场：定制服装6.5.1 定制服装概述6.5.2 定制服装市场概况6.5.3 定制服装发展趋势6.6 快时尚行业细分市场战略地位分析第7章：中国快时尚产业区域格局发展解读7.1 中国快时尚行业区域发展格局7.2 中国快时尚产业集群发展现状7.3 重点区域发展：上海7.3.1 上海快时尚消费环境1、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7.3.2 上海快时尚发展现状1、购物中心数量2、快时尚进驻品牌3、快时尚品牌布局4、快时尚竞争形势7.4 重点区域发展：北京7.4.1 北京快时尚消费环境1、城镇人均可支配收入2、城镇居民消费支出3、城镇居民衣着消费7.4.2 北京快时尚发展现状1、购物中心数量2、快时尚进驻品牌3、快时尚品牌布局4、快时尚竞争形势7.5 重点区域发展：深圳7.5.1 深圳快时尚消费环境1、城镇人均可支配收入2、城镇居民消费支出3、城镇居民衣着消费7.5.2 深圳快时尚发展现状1、购物中心数量2、快时尚进驻品牌3、快时尚品牌布局4、快时尚竞争形势7.6 重点区域发展：广州7.6.1 广州快时尚消费环境1、城镇人均可支配收入2、城镇居民消费支出3、城镇居民衣着消费7.6.2 广州快时尚发展现状1、购物中心数量2、快时尚进驻品牌3、快时尚品牌布局4、快时尚竞争形势第8章：全球及中国快时尚企业案例解析8.1 国际快时尚品牌在华布局（不分先后，可指定）8.1.1 西班牙ZARA1、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7、在华拓展8.1.2 瑞典H&M1、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7、在华拓展8.1.3 日本UNIQLO1、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7、在华拓展8.1.4 美国GAP1、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7、在华拓展8.1.5 日本MUJI1、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7、在华拓展8.1.6 丹麦ONLY1、品牌简介2、品牌定位3、品牌设计4、经营模式5、营销策略6、在华拓展8.2 中国本体快时尚品牌案例分析（不分先后，可指定）8.2.1 南京希音电子商务有限公司——SHEIN1、企业

基本信息(1) 发展历程(2) 基本信息(3) 经营范围及主营业务(4) 股权结构(5) 投融资/IPO动态2、经营情况3、品牌发展4、品牌定位3、品牌设计5、经营模式6、营销策略8.2.2 上海笕尚服饰有限公司——MJstyle1、企业基本信息(1) 发展历程(2) 基本信息(3) 经营范围及主营业务(4) 股权结构(5) 投融资/IPO动态2、经营情况3、品牌发展4、品牌定位3、品牌设计5、经营模式6、营销策略8.2.3 彼悦(北京)科技有限公司——Ubras1、企业基本信息(1) 发展历程(2) 基本信息(3) 经营范围及主营业务(4) 股权结构(5) 投融资/IPO动态2、经营情况3、品牌发展4、品牌定位3、品牌设计5、经营模式6、营销策略8.2.4 三立人(深圳)科技有限公司——BananaIn蕉内1、企业基本信息(1) 发展历程(2) 基本信息(3) 经营范围及主营业务(4) 股权结构(5) 投融资/IPO动态2、经营情况3、品牌发展4、品牌定位3、品牌设计5、经营模式6、营销策略8.2.5 成都重回汉唐文化传播有限公司——重回汉唐1、企业基本信息(1) 发展历程(2) 基本信息(3) 经营范围及主营业务(4) 股权结构(5) 投融资/IPO动态2、经营情况3、品牌发展4、品牌定位3、品牌设计5、经营模式6、营销策略8.2.6 上海吉重网络科技有限公司——易衫网1、企业基本信息(1) 发展历程(2) 基本信息(3) 经营范围及主营业务(4) 股权结构(5) 投融资/IPO动态2、经营情况3、品牌发展4、品牌定位3、品牌设计5、经营模式6、营销策略8.2.7 广州爱帛服饰有限公司——摩安珂MO&Co1、企业基本信息(1) 发展历程(2) 基本信息(3) 经营范围及主营业务(4) 股权结构(5) 投融资/IPO动态2、经营情况3、品牌发展4、品牌定位3、品牌设计5、经营模式6、营销策略8.2.8 上海美特斯邦威服饰股份有限公司——美邦服饰1、企业基本信息(1) 发展历程(2) 基本信息(3) 经营范围及主营业务(4) 股权结构(5) 投融资/IPO动态2、经营情况3、品牌发展4、品牌定位3、品牌设计5、经营模式6、营销策略8.2.9 浙江森马服饰股份有限公司——森马服饰1、企业基本信息(1) 发展历程(2) 基本信息(3) 经营范围及主营业务(4) 股权结构(5) 投融资/IPO动态2、经营情况3、品牌发展4、品牌定位3、品牌设计5、经营模式6、营销策略8.2.10 广州EMU依妙实业有限公司——EMU1、企业基本信息(1) 发展历程(2) 基本信息(3) 经营范围及主营业务(4) 股权结构(5) 投融资/IPO动态2、经营情况3、品牌发展4、品牌定位3、品牌设计5、经营模式6、营销策略——展望篇——第9章：快时尚行业发展环境洞察&发展潜力9.1 快时尚行业消费环境分析9.2 快时尚行业政策/规划汇总及解读9.2.1 国家层面政策/规划汇总及解读(指导类/支持类/限制类)1、国家层面政策2、国家层面规划9.2.2 31省市政策/规划汇总及解读(指导类/支持类/限制类)1、31省市政策/规划汇总2、31省市发展目标解读9.2.3 国家重点规划/政策对快时尚行业发展的影响1、国家“十四五”规划对快时尚行业发展的影响2、“碳达峰、碳中和”战略对快时尚行业发展的影响9.2.4 政策环境对快时尚行业发展的影响总结9.3 快时尚行业SWOT分析(优势/劣势/机会/威胁)9.4 快时尚行业发展潜力评估第10章：快时尚行业市场前景及发展趋势洞悉10.1 快时尚行业未来关键增长点10.2 快时尚行业发展前景预测(未来5年预测)10.3 快时尚行业发展趋势洞悉10.3.1 整体发展趋势10.3.2 监管规范趋势10.3.3 技术创新趋势10.3.4 细分市场趋势10.3.5 市场竞争趋势10.3.6 市场供需趋势第11章：快时尚行业投资战略规划策略及建议11.1 快时尚行业进入与退出壁垒11.1.1 进入壁垒1、资金壁垒2、技术壁垒3、准入壁垒4、人才壁垒5、资源壁垒6、品牌壁垒11.1.2 退出壁垒11.2 快时尚行业投资风险预警11.2.1 投资风险1、周期性风险2、成长性风险3、产业关联度风险4、市场集中度风险5、行业壁垒风险11.2.2 风险应对11.3 快时尚行业投资机会分析11.3.1 快时尚产业链薄弱环节投资机会11.3.2 快时尚行业细分领域投资机会11.3.3 快时尚行业区域市场投资机会11.3.4 快时尚产业空白点投资机会11.4 快时尚行业投资价值评估11.5 快时尚行业投资策略建议11.6 快时尚行业可持续发展建议图表目录图表1：快时尚的定义图表2：快时尚行业的三大特点图表3：快时尚行业的“快”分析图表4：美邦服饰加盟与直营门店营业收入及占比(单位：万元，%)图表5：森马服饰加盟与直营门店营业收入及占比(单位：万元，%)图表6：美邦服饰与森马服饰的毛利率(单位：%)图表7：美邦服饰与森马服饰的销售费用(单位：亿元)图表8：快时尚的特征图表9：快时尚行业分类图表10：本报告研究领域所处行业(一)图表11：本报告研究领域所处行业(二)图表12：中国快时尚行业监管框架示意图图表13：中国快时尚行业监管机构及职责图表14：中国快时尚行业监管要求及依据图表15：快时尚产业链结构梳理图表16：快时尚产业链生态图谱图表17：快时尚产业链区域热力图图表18：本报告研究范围界定图表19：本报告quanwei数据资料来源汇总图表20：本报告的主要研究方法及统计标准说明图表21：全球快时尚行业发展规模图表22：全球快时尚行业区域格局图表23：国外快时尚品牌的中国发展史图表24：中国本土快时尚品牌的发展史图表25：快时尚的演进形态：快时尚 超快时尚(DTC) 实时时尚图表26：快时尚品牌开店数量及增速图表27：中国市场主要快时尚品牌的入场时间图表28：中国市场主要快时尚品牌的开店数量变

化图表29：中国市场主要快时尚品牌在购物中心的开店数量图表30：中国市场主要快时尚品牌在购物中心的开店数量图表31：中国市场主要快时尚品牌在购物中心的开店数量图表32：中国市场主要快时尚品牌在购物中心的开店数量图表33：中国市场主要快时尚品牌在购物中心的开店数量图表34：国际主要快时尚品牌在华门店总数（单位：家）图表35：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36：美邦服饰销售毛利率和销售净利率（单位：%）图表37：快时尚行业的发展特点分析图表38：主要快时尚品牌的消费群体年龄结构（单位：岁）图表39：快时尚市场行情走势图40：快时尚行业市场规模体量分析图表41：中国快时尚行业发展痛点及挑战图表42：快时尚市场竞争态势图表43：快时尚市场竞争格局图表44：快时尚市场集中度图表45：快时尚跨国公司在华市场竞争力图表46：快时尚跨国公司在华竞争策略图表47：快时尚行业整体融资情况图表48：快时尚行业融资事件汇总表49：快时尚行业融资规模图表50：快时尚行业热门融资赛道图表51：快时尚兼并重组阶段、方式及动因图表52：兼并与重组事件汇总表53：兼并与重组案例分析图表54：快时尚行业的SPA模式分析图表55：快时尚行业的产品策略分析图表56：快时尚行业的管理策略分析图表57：快时尚行业的销售策略分析图表58：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59：中国快时尚消费场景拆解（单位：%）图表60：商业模式核心构成图表61：直销与经销图解图表62：快时尚行业线上电商渠道发展分析图表63：综合商场模式的优劣势分析图表64：优衣库在天猫商城的营销策略图表65：快时尚视频广告营销分析图表66：搜索引擎用户年龄分布结构及使用率（单位：%）图表67：搜索引擎用户学历分布及使用率（单位：%）图表68：搜索引擎用户收入分布及使用率（单位：%）图表69：PPC广告的优劣势分析图表70：SEO搜索引擎优化的优劣势分析图表71：网络社区营销的优劣势分析图表72：三星论坛营销成功的主要原因图表73：不同身份特征网民的电子邮箱品牌渗透率（单位：%）图表74：EDM邮件营销的优劣势分析图表75：凡客EDM邮件营销效果图表76：快时尚CPS营销分析图表77：快时尚积分营销分析图表78：快时尚DM目录营销分析图表79：快时尚线下活动营销分析图表80：快时尚传统媒体广告营销分析图表81：中国快时尚行业消费行为特征总结图表82：中国快时尚行业细分消费市场战略地位分析图表83：快时尚行业细分市场结构图表84：快时尚产品综合对比图表85：女装概述图表86：女装市场概况图表87：女装企业布局图表88：女装发展趋势图表89：男装概述图表90：男装市场概况图表91：男装企业布局图表92：男装发展趋势图表93：内衣概述图表94：内衣市场概况图表95：内衣企业布局图表96：内衣发展趋势图表97：快时尚行业细分市场战略地位分析图表98：中国快时尚行业区域发展格局分析图表99：中国快时尚企业数量区域分布图表100：中国快时尚产业集群发展现状图表101：上海快时尚消费环境图表102：上海快时尚进驻品牌图表103：上海快时尚品牌布局图表104：上海快时尚竞争形势图表105：上海快时尚发展前景图表106：上海市城镇居民人均累计可支配收入及同比增速（单位：元，%）图表107：上海市城镇居民人均累计消费支出及同比增速（单位：元，%）图表108：上海市城镇居民衣着累计消费支出及同比增速（单位：元，%）图表109：上海快时尚品牌的市场布局图表110：北京快时尚消费环境图表111：北京快时尚进驻品牌图表112：北京快时尚品牌布局图表113：北京快时尚竞争形势图表114：北京快时尚发展前景图表115：北京市城镇居民人均累计可支配收入及同比增速（单位：元，%）图表116：北京市城镇居民人均累计消费支出及同比增速（单位：万元，%）图表117：北京市城镇居民衣着累计消费支出及同比增速（单位：元，%）图表118：深圳快时尚消费环境图表119：深圳快时尚进驻品牌图表120：深圳快时尚品牌布局