

## 2026-2031年中国快时尚行业市场前景预测与投资规划研究分析报告

### 报告简介

快时尚行业研究报告主要分析了快时尚行业的市场规模、快时尚市场供需状况、快时尚市场竞争状况和快时尚主要企业经营情况、快时尚市场主要企业的市场占有率，同时对快时尚行业的未来发展做出科学的预测。中道泰和凭借多年的行业研究经验，总结出完整的产业研究方法，建立了完善的产业研究体系，提供研究覆盖面最为广泛、数据资源最为强大、市场研究最为深刻的行业研究报告系列。报告在公司多年研究结论的基础上，结合中国行业市场的发展现状，通过公司资深研究团队对市场各类资讯进行整理分析，并且依托国家权威数据资源和长期市场监测的中道泰和数据库，进行全面、细致的研究，是中国市场上最权威、有效的研究产品。快时尚行业研究报告可以帮助投资者合理分析行业的市场现状，为投资者进行投资作出行业前景预判，挖掘投资价值，同时提出行业投资策略、生产策略、营销策略等方面的建议。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及快时尚专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国快时尚行业作了详尽深入的分析，为快时尚产业投资者寻找新的投资机会。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

### 报告目录

#### 第一章 快时尚行业的定义及发展背景

##### 1.1 快时尚行业的定义

##### 1.2 快时尚行业产生的经济背景

##### 1.2.1 国内生产总值(GDP)分析

### 1.2.2 居民可支配收入

### 1.2.3 居民衣着消费分析

### 1.2.4 经济环境对导航设备行业的影响

## 1.3 快时尚行业产生的社会背景

### 1.3.1 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

### 1.3.2 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

### 2.1 服装行业发展分析

### 2.2 服装行业经营分析

#### 2.2.1 服装制造行业经营效益分析

#### 2.2.2 服装制造行业盈利能力分析

#### 2.2.3 服装制造行业运营能力分析

#### 2.2.4 服装制造行业偿债能力分析

### 2.3 传统服装行业的经营特点分析

#### 2.3.1 服装行业发展特点分析

#### 2.3.2 服装行业运营模式分析

#### 2.3.3 服装行业运营渠道分析

##### (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**

#### 3.1 快时尚行业的快

#### 3.2 快时尚行业的狠

##### 3.2.1 门店结构与“狠”的关系

##### 3.2.2 社会结构与“狠”的关系

#### 3.3 快时尚行业的准

##### 3.3.1 采取潮流跟随策略

##### 3.3.2 与奢侈品牌建立合作

### **第四章 快时尚行业的运营模式分析**

#### 4.1 SPA模式的概念及价值链

#### 4.2 快时尚行业的运营模式分析

##### 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 快时尚行业的产业链质量管理分析

##### 4.3.1 产业链质量管理的难点分析

##### 4.3.2 产业链质量管理的建议

#### 4.4 快时尚行业的物流模式分析

##### 4.4.1 现代物流体系分析

##### 4.4.2 快时尚行业的物流模式分析

### **第五章 快时尚行业发展现状分析**

#### 5.1 快时尚行业的发展现状分析

#### 5.1.1 快时尚行业发展规模分析

#### 5.1.2 国内快时尚企业发展状况分析

#### 5.1.3 国际快时尚企业在华发展状况

#### 5.1.4 我国快时尚行业发展现状总结

#### 5.2 快时尚行业发展特点分析

#### 5.3 快时尚行业发展前景分析

### **第六章 快时尚行业电子商务发展分析**

#### 6.1 快时尚行业电子商务发展现状及前景

##### 6.1.1 快时尚行业电子商务发展现状

##### 6.1.2 快时尚行业电子商务发展趋势及前景

#### 6.2 快时尚行业综合商城运营模式及优秀代表

##### 6.2.1 综合商城模式简介

##### 6.2.2 综合商城模式优劣势

##### 6.2.3 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

##### 6.2.4 综合商城模式发展趋势及前景

#### 6.3 轻型品牌店运营模式及优秀代表

##### 6.3.1 轻型品牌店模式简介

### 6.3.2 轻型品牌店模式优劣势

### 6.3.3 轻型品牌店模式代表——凡客

#### (1) 凡客简介

#### (2) 凡客经营规模

#### (3) 凡客营销策略

#### (4) 凡客现状分析

## 6.4 快时尚电子商务营销方式分析

### 6.4.1 视频广告营销

### 6.4.2 搜索引擎营销

#### (1) 受众群体

#### (2) 优缺点分析

#### (3) 营销效果

### 6.4.3 网络社区营销

#### (1) 受众群体

#### (2) 优缺点分析

#### (3) 营销效果

### 6.4.4 EDM邮件营销

#### (1) 受众群体

#### (2) 优缺点分析

#### (3) 营销效果

### 6.4.5 CPS营销

### 6.4.6 积分营销

#### 6.4.7 DM目录营销

#### 6.4.8 线下活动营销

#### 6.4.9 传统媒体广告

### 第七章 快时尚行业主要城市发展分析

#### 7.1 上海

##### 7.1.1 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

##### 7.1.2 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

##### 7.1.3 上海快时尚行业发展前景

#### 7.2 北京

##### 7.2.1 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

##### 7.2.2 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

7.2.3 北京快时尚行业发展前景

7.3 成都

7.3.1 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

7.3.2 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

7.3.3 成都快时尚行业发展前景

7.4 深圳

7.4.1 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

7.4.2 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

7.4.3 深圳快时尚行业发展前景

7.5 沈阳

7.5.1 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

7.5.2 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

7.5.3 沈阳快时尚行业发展前景

7.6 武汉

7.6.1 武汉快时尚消费环境分析

(1)武汉城镇居民可支配收入

(2)武汉城镇居民消费支出

(3)武汉城镇居民衣着消费

7.6.2 武汉快时尚行业发展现状

(1)武汉服装行业市场规模

(2)武汉快时尚行业进驻品牌

(3)武汉快时尚品牌市场布局

(4)武汉快时尚品牌竞争形势

7.6.3 武汉快时尚行业发展前景

7.7 杭州

7.7.1 杭州快时尚消费环境分析

(1)杭州城镇居民可支配收入

(2)杭州城镇居民消费支出

(3)杭州城镇居民衣着消费

7.7.2 杭州快时尚行业发展现状

(1)杭州服装行业市场规模

(2)杭州快时尚行业进驻品牌

(3)杭州快时尚品牌市场布局

(4)杭州快时尚品牌竞争形势

7.7.3 杭州快时尚行业发展前景

7.8 广州

7.8.1 广州快时尚消费环境分析

(1)广州城镇居民可支配收入

(2)广州城镇居民消费支出

(3)广州城镇居民衣着消费

7.8.2 广州快时尚行业发展现状

(1)广州服装行业市场规模

(2)广州快时尚行业进驻品牌

(3)广州快时尚品牌市场布局

(4)广州快时尚品牌竞争形势

7.8.3 广州快时尚行业发展前景

## **第八章 快时尚行业领先企业经营情况分析**

8.1 国际快时尚品牌经营及在华拓展情况

8.1.1 西班牙ZARA

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)品牌设计

(4)销售情况

(5)经营模式

营销策略

在华拓展

8.1.2 瑞典H&M

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)品牌设计

(4)销售情况

(5)经营模式

营销策略

在华拓展

8.1.3 日本UNIQLO

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)品牌设计

(4)销售情况

(5)经营模式

营销策略

在华拓展

#### 8.1.4 美国GAP

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)品牌设计

(4)销售情况

(5)经营模式

营销策略

在华拓展

#### 8.1.5 日本MUJI

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)品牌设计

(4)销售情况

(5)经营模式

营销策略

在华拓展

#### 8.1.6 英国M&S

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)销售情况

(4)生产采购模式

(5)经营模式

营销策略

在华拓展

#### 8.1.7 荷兰C&A

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)经营模式

(4)营销策略

(5)在华拓展

#### 8.1.8 法国UR

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)经营模式

(4)反应速度

(5)在华拓展

#### 8.1.9 韩国E.LAND

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)品牌设计

(4)销售情况

(5)营销策略

在华拓展

#### 8.1.10 丹麦ONLY

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)品牌设计

(4)经营模式

(5)营销策略

在华拓展

### 8.2 国内快时尚企业经营情况分析

#### 8.2.1 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

(3)品牌设计

(4)销售情况

(5)经营模式

营销策略

#### 8.2.2 广州EMU依妙实业有限公司

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)品牌设计

(4)销售情况

(5)营销策略

#### 8.2.3 凡客诚品(北京)科技有限公司

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)品牌设计

(4)销售情况

(5)经营模式

营销策略

#### 8.2.4 上海麦考林国际邮购有限公司

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)品牌设计

(4)销售情况

(5)经营模式

营销策略

#### 8.2.5 温州优衣派服饰控股有限公司

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)经营模式

(4)营销策略

#### 8.2.6 阿仕顿男装连锁(中国)有限公司

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)品牌设计

(4)销售情况

(5)经营模式

营销策略

#### 8.2.7 森马国际集团(香港)有限公司

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)经营模式

(4)营销策略

#### 8.2.8 北京九合尚品科技有限公司

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)品牌设计

(4)销售情况

(5)经营模式

营销策略

#### 8.2.9 广州摩拉网络科技有限公司

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)品牌设计

(4)销售情况

(5)经营模式

营销策略

#### 8.2.10 杭州黯涉电子商务有限公司

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)品牌设计

(4)销售情况

(5)经营模式

营销策略

#### 8.2.11 山东韩都衣舍服饰有限公司

(1)品牌简介

(2)品牌定位

(3)品牌设计

(4)销售情况

(5)经营模式

营销策略

## 第九章 快时尚行业发展隐忧及投资风险分析

### 9.1 快时尚行业发展隐忧及对策建议

### 9.1.1 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

### 9.1.2 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

### 9.1.3 价格隐忧及对策建议

(1)价格问题

(2)价格问题及对策建议

### 9.1.4 快时尚行业发展隐忧小结

## 9.2 快时尚行业投资风险及建议

### 图表目录

图表：快时尚行业的三大特点

图表：中国城镇居民人均总收入及同比增长(单位：元，%)

图表：农村居民人均纯收入及同比增长(单位：元，%)

图表：中国城镇居民衣着消费及同比增速(单位：元，%)

图表：中国农村居民衣着消费及同比增速(单位：元，%)

图表：M型社会模型

图表：中国城镇居民奢侈品消费意愿

图表：中国居民奢侈品消费需求比较

图表：中国奢侈品品牌辨识平均数量(单位：个)

图表：服装行业销售收入及增长率变化趋势图(单位：亿元，%)

图表：我国服装行业的生命周期阶段

图表：服装行业经营效益分析(单位：家，人，万元，%)

图表：中国服装行业盈利能力分析(单位：%)

图表：中国服装行业运营能力分析(单位：次)

图表：中国服装行业偿债能力分析(单位：%，倍)

图表：我国服装行业发展的主要特点

图表：服装制造行业的主要运营模式

图表：服装行业主要运营模式介绍

图表：服装行业特许加盟模式介绍

图表：服装行业直营连锁模式介绍

图表：服装行业B2C模式介绍

图表：中国含平台式B2C交易规模市场格局(单位：%)

图表：中国自主销售B2C交易规模市场格局(单位：%)

图表：快时尚行业的“快”分析

图表：美邦服饰加盟与直营门店营业收入及占比(单位：万元，%)

图表：森马服饰加盟与直营门店营业收入及占比(单位：万元，%)

图表：美邦服饰与森马服饰的毛利率(单位：%)

图表：美邦服饰与森马服饰的销售费用(单位：亿元)

图表：快时尚行业的SPA模式分析

图表：快时尚行业的产品策略分析

图表：快时尚行业的管理策略分析

图表：快时尚行业的销售策略分析

图表：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：2021-2026年美邦服饰销售毛利率和销售净利率(单位：%)

图表：国际主要快时尚品牌在华门店总数(单位：家)

图表：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：快时尚行业的发展特点分析

图表：主要快时尚品牌的消费群体年龄结构(单位：岁)

图表：综合商场模式的优劣势分析

图表：优衣库在天猫商城的营销策略

图表：凡客诚品营销策略分析

图表：快时尚视频广告营销分析

图表：搜索引擎用户年龄分布结构及使用率(单位：%)

图表：搜索引擎用户学历分布及使用率(单位：%)

图表：搜索引擎用户收入分布及使用率(单位：%)

图表：PPC广告的优劣势分析

图表：SEO搜索引擎优化的优劣势分析

图表：网络社区营销的优劣势分析

图表：三星论坛营销成功的主要原因

图表：不同身份特征网民的电子邮箱品牌渗透率(单位：%)

图表：EDM邮件营销的优劣势分析

图表：凡客EDM邮件营销效果

图表：快时尚CPS营销分析

图表：快时尚积分营销分析

图表：快时尚DM目录营销分析

图表：快时尚线下活动营销分析

图表：快时尚传统媒体广告营销分析

图表：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：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：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：上海市纺织服装行业产销规模趋势图(单位：万元)

图表：上海快时尚品牌的市场布局

图表：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：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：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：北京市纺织服装行业产销规模趋势图(单位：万元)

图表：成都市城镇居民人均累计可支配收入及同比增速(单位：万元，%)

图表：成都市城镇居民人均累计消费支出及同比增速(单位：万元，%)

图表：成都市城镇居民衣着累计消费支出及同比增速(单位：元，%)

图表：四川省纺织服装行业产销规模趋势图(单位：万元)

图表：深圳市城镇居民人均累计可支配收入及同比增速(单位：元，%)

图表：深圳市城镇居民人均累计消费支出及同比增速(单位：万元，%)

图表：深圳市城镇居民衣着累计消费支出及同比增速(单位：元，%)

图表：沈阳市城镇居民人均累计可支配收入及同比增速(单位：元，%)

图表：沈阳市城镇居民人均累计消费支出及同比增速(单位：万元，%)

图表：沈阳市城镇居民衣着累计消费支出及同比增速(单位：元，%)

图表：辽宁省纺织服装行业产销规模走势图(单位：万元)

图表：武汉市城镇居民人均累计可支配收入及同比增速(单位：万元，%)

图表：武汉市城镇居民人均累计消费支出及同比增速(单位：万元，%)

图表：武汉市城镇居民衣着累计消费支出及同比增速(单位：元，%)

图表：杭州市城镇居民人均累计可支配收入及同比增速(单位：万元，%)

图表：杭州市城镇居民人均累计消费支出及同比增速(单位：元，%)

图表：杭州市城镇居民衣着累计消费支出及同比增速(单位：元，%)

图表：广州市城镇居民人均累计可支配收入及同比增速(单位：元，%)

图表：广州市城镇居民人均累计消费支出及同比增速(单位：万元，%)

图表：广州市城镇居民衣着累计消费支出及同比增速(单位：元，%)

图表：ZARA的品牌定位

图表：ZARA的品牌设计

图表：ZARA的经营模式

图表：ZARA的营销策略

图表：ZARA在中国的拓展情况

图表：H&M的品牌定位

图表：H&M的品牌设计

图表：H&M的经营模式

图表：H&M的营销策略

图表：H&M在中国的拓展情况

图表：UNIQLO的品牌定位

图表：UNIQLO的品牌设计

图表：UNIQLO的经营模式

图表：优衣库供应链管理

图表：UNIQLO的营销策略

图表：UNIQLO在中国的拓展情况

图表：GAP的品牌定位

图表：GAP的品牌设计

图表：GAP的经营模式

图表：GAP的营销策略

图表：GAP在中国的拓展情况

图表：无印良品的产品开发模式

图表：无印良品的营销策略

图表：无印良品在中国的拓展情况

图表：M&S的品牌定位

图表：C&A的品牌定位

图表：C&A的营销策略

图表：UR的经营模式

图表：E.LAND的品牌定位

图表：E.LAND的营销策略

图表：ONLY的品牌定位

图表：ONLY的品牌设计

图表：ONLY供应链管理系统流程图

图表：ONLY的营销策略

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)   Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

报告编号：93451

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20171017/93451.shtml>

在线订购：[点击这里](#)