

2019年中国互联网快时尚行业分析报告- 行业运营态势与发展前景评估

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《2019年中国互联网快时尚行业分析报告-行业运营态势与发展前景评估》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/hulianwang/400756400756.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

【报告大纲】

第一章：互联网快时尚行业趋势预测分析

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 互联网快时尚行业趋势预测

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

第二章：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

2.5.1spass回归分析模型简析

2.5.2互联网快时尚用户spass分析

第三章：快时尚行业的投资策略分析

3.1SPA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

第四章：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

第五章：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) Forever

- 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

第六章：互联网快时尚行业投资机会分析

6.1 互联网快时尚行业行业前景调研

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 最具行业前景调研的细分行业
 - 6.3.2 最具行业前景调研的重点区域

第七章 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 2015-2018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 电商趋势预测分析

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4：2015-2018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10：2015-2018年我国GDP增长变化（单位：亿元，%）

图表11：2015-2018年我国居民人均收入变化情况

图表12：2015-2018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14：2019-2025年我国互联网快时尚行业市场规模预测

图表详见报告正文 (GYYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国互联网快时尚行业分析报告-行业运营态势与发展前景评估》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、阿里巴巴、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深

分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/400756400756.html>