

# 2016-2022年中国快时尚服装行业发展现状及十三五投资决策分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国快时尚服装行业发展现状及十三五投资决策分析报告》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/fuzhuang/251201251201.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国快时尚服装行业发展现状及十三五投资决策分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

### 报告简介

#### 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 快时尚产生的原因

###### 1.2.1 经济发展的影响

###### 1.2.2 大众文化的影响

###### 1.2.3 后现代主义思潮的影响

#### 第二章 2013-2016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 2015年中国国民经济发展状况

###### 2.1.2 2016年中国国民经济发展分析

###### 2.1.3 2016年中国经济发展态势分析

##### 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 2015年服装行业运行情况

### 2.3.2 2016年一季度服装行业运行情况

### 2.3.3 服装行业供应链管理特点

### 2.3.4 服装业集群发展趋势分析

### 2.3.5 服装行业的发展趋势特征

## 第三章 2013-2016年国际快时尚服装品牌在华发展分析

### 3.1 国际快时尚品牌在华发展现状

#### 3.1.1 2015年国际快时尚品牌在华发展

#### 3.1.2 2016年国际快时尚品牌在华发展

#### 3.1.3 2016年国际快时尚品牌拓展计划

### 3.2 国际快时尚品牌渠道布局

#### 3.2.1 渠道布局现状

#### 3.2.2 渠道下沉路径

#### 3.2.3 渠道下沉之困

### 3.3 国际快时尚品牌区域发展分析

#### 3.3.1 武汉

#### 3.3.2 广东

#### 3.3.3 西安

#### 3.3.4 重庆

#### 3.3.5 南京

### 3.4 国际快时尚服装与其他品类服装竞争分析

#### 3.4.1 快时尚与传统服装的竞争

#### 3.4.2 快时尚与奢侈品牌比较

#### 3.4.3 快时尚与奢侈品竞争现状

#### 3.4.4 快时尚冲击传统运动品牌

### 3.5 国际快时尚品牌发展存在的问题及对策

#### 3.5.1 成本价格优势不再

#### 3.5.2 资本风险透支问题

#### 3.5.3 服装质量问题及策略

#### 3.5.4 渠道扩张的困扰及对策

#### 3.5.5 集团多品牌经营策略

## 第四章 2013-2016年中国本土快时尚服装行业发展分析

### 4.1 快时尚行业在中国的发展效应

#### 4.1.1 国际快时尚对本土零售行业的影响

#### 4.1.2 国际快时尚对本土服装行业的影响

#### 4.1.3 国际快时尚对本土传统服装行业的影响

### 4.2 本土快时尚行业发展

#### 4.2.1 本土企业布局快时尚

#### 4.2.2 本土快时尚品牌服务商意识

#### 4.2.3 本土快时尚改进供应链模式

#### 4.2.4 本土快时尚模式探索

### 4.3 本土快时尚发展存在的问题

#### 4.3.1 本土快时尚转型不顺

#### 4.3.2 本土快时尚缺乏品牌核心生命力

#### 4.3.3 本土快时尚转型缺失品牌灵魂

#### 4.3.4 本土快时尚高库存阻碍发展

#### 4.3.5 本土快时尚发展短板因素

### 4.4 本土快时尚发展对策分析

#### 4.4.1 国际快时尚品牌的成功启示

#### 4.4.2 快时尚品牌传播路径研究

#### 4.4.3 快时尚品牌产品发展策略

#### 4.4.4 快时尚品牌发展价格对策

#### 4.4.5 快时尚发展的渠道扩张路径

## 第五章 2013-2016年快时尚服装行业电子商务发展分析

### 5.1 快时尚电子商务发展现状

#### 5.1.1 借助电商拓展渠道

#### 5.1.2 快时尚网络销售平台

#### 5.1.3 国际快时尚电商比较

### 5.2 快时尚电子商务遇到的问题及对策

#### 5.2.1 标准化

#### 5.2.2 物流配送体系

#### 5.2.3 高附加值产品信任

### 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 2013-2016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

### 6.2.4 SPA型国际快时尚品牌比较

## 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 2013-2016年快时尚服装行业消费者渠道偏好分析

### 7.1 消费者偏好及渠道选择概述

#### 7.1.1 消费者对产品特征和品牌的偏好

#### 7.1.2 购买过程中的渠道选择及影响因素

### 7.2 不同品牌消费者偏好特征分析

#### 7.2.1 购买频率

#### 7.2.2 消费金额

#### 7.2.3 产品特征偏好

### 7.3 购买过程中不同品牌消费者渠道偏好分析

#### 7.3.1 确认需要阶段

#### 7.3.2 寻求信息阶段

#### 7.3.3 比较评价阶段

#### 7.3.4 决定购买阶段

#### 7.3.5 购后评价阶段

### 7.4 不同地域消费者偏好特征分析

#### 7.4.1 购买频率

#### 7.4.2 消费金额

#### 7.4.3 产品特征偏好

#### 7.4.4 品牌偏好

### 7.5 购买过程中不同地域消费者渠道偏好分析

#### 7.5.1 确认需要阶段

7.5.2 寻求信息阶段

7.5.3 比较评价阶段

7.5.4 决定购买阶段

## 第八章 2013-2016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 2013-2016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 企业在华扩张步伐

9.1.2 企业进军电子商务

9.1.3 企业在线销售策略

9.1.4 企业商业模式分析

9.2 瑞典H&M

9.2.1 企业经营情况

9.2.2 企业全球扩张步伐

9.2.3 企业在华线上销售业务

9.2.4 企业在华渠道布局

9.2.5 企业绿色可循环模式

9.3 日本uniqlo

9.3.1 企业基本情况

9.3.2 企业经营成功经验

9.3.3 企业商业模式分析

9.3.4 企业产品转变策略

### 9.3.5 企业十年发展战略

## 9.4 美国Forever

### 9.4.1 企业基本情况

### 9.4.2 企业产品价格策略

### 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 英国Topshop

### 9.6.1 企业基本情况

### 9.6.2 企业电子商务发展

### 9.6.3 企业全球布局路径

## 9.7 德国C&A

### 9.7.1 企业在华发展的优势

### 9.7.2 企业在华发展的不足

### 9.7.3 企业在华策略调整和表现

## 9.8 市场新进入者分析

### 9.8.1 IMAGECOLLECTION

### 9.8.2 OldNavy

### 9.8.3 NEWLOOK

### 9.8.4 We

## 第十章 2013-2016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 2014年经营情况

#### 10.1.3 2015年经营情况

#### 10.1.4 2016年一季度经营情况

#### 10.1.5 企业转型快时尚战略

### 10.2 福建诺奇

#### 10.2.1 公司简介

#### 10.2.2 2015年经营情况

#### 10.2.3 2016年一季度经营情况

#### 10.2.4 企业商业模式分析

#### 10.2.5 企业电子商务发展



#### 10.2.6 企业未来发展规划

### 10.3 都市丽人

#### 10.3.1 企业基本情况

#### 10.3.2 企业商业模式分析

#### 10.3.3 企业电子商务现状

#### 10.3.4 企业香港上市进程

#### 10.3.5 企业未来发展规划

### 10.4 凡客诚品

#### 10.4.1 企业基本情况

#### 10.4.2 企业产品优势分析

#### 10.4.3 企业商业模式转型

#### 10.4.4 企业融资发展情况

#### 10.4.5 企业转型发展分析

### 10.5 阿仕顿

#### 10.5.1 企业基本情况

#### 10.5.2 企业SPA模式分析

#### 10.5.3 企业快时尚发展状况

#### 10.5.4 企业产品优势分析

### 10.6 中国本土新兴快时尚品牌

#### 10.6.1 GXG

#### 10.6.2 MJstyle

#### 10.6.3 热风

#### 10.6.4 韩都衣舍

#### 10.6.5 拉夏贝尔

## 第十一章 2016-2022年中国快时尚服装行业投资分析及未来前景预测

### 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 Internacionale

#### 11.2.2 Mango

#### 11.2.3 衣恋SPAO

#### 11.2.4 李宁

#### 11.2.5 美特斯邦威

## 11.2.6 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 快时尚行业发展前景展望

## 图表目录

图表1 2013-2015年国内生产总值及其增长速度

图表2 2015年居民消费价格月度涨跌幅度

图表3 2015年居民消费价格比2013年涨跌幅度

图表4 2015年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表5 2013-2015年城镇新增就业人数

图表6 2013-2015年年末国家外汇储备及其增长速度

图表7 2013-2015年公共财政收入及其增长速度

图表8 2013-2015年粮食产量及其增长速度

图表9 2013-2015年全部工业增加值及其增长速度

图表10 2015年主要工业产品产量及其增长速度

图表11 2013-2015年建筑业增加值及其增长速度

图表12 2013-2015年全社会固定资产投资及其增长速度

图表13 2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表14 2015年固定资产投资新增主要生产能力

图表15 2015年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度

图表16 2013-2015年社会消费品零售总额及其增长速度

图表17 2015年货物进出口总额及其增长速度

图表18 2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表19 2015年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表20 2015年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表21 2013-2015年货物进出口总额

图表22 2015年非金融领域外商直接投资及其增长速度

图表23 2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表24 2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表25 2013-2015年年末电话用户数

图表26 2015年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表27 2015年年末人口数及其构成

图表28 2013-2015年国内生产总值及其增长速度

图表29 2013-2015年城镇新增就业人数

图表30 2013-2015年国内生产总值与全部就业人员比率

图表31 2015年居民消费价格月度涨跌幅度

图表32 2015年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表33 2015年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表34 2013-2015年公共财政收入

图表35 2013-2015年末国家外汇储备

图表36 2013-2015年粮食产量

图表37 2015年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表38 2015年主要工业产品产量及其增长速度

图表39 2013-2015年建筑业增加值

图表40 2015年固定资产投资（不含农户）增速累计同比

图表41 2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表42 2015年固定资产投资新增主要生产能力

图表43 2015年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度

图表44 2015年社会消费品零售总额增速月度同比

图表45 2013-2015年货物进出口总额

图表46 2015年货物进出口总额及其增长速度

图表47 2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表48 2015年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表49 2015年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表50 2015年非金融领域外商直接投资及其增长速度

图表51 2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表52 2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表53 2013-2015年年末电话用户数

图表54 2015年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表55 2013-2015年农村居民人均纯收入

图表56 2013-2015年城镇居民人均可支配收入

图表57 2013-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表58 2013-2015年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表59 2013-2015年卫生技术人员人数

图表60 2013-2015年社会消费品服装类零售总额同比增长情况  
（GYYS）

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/251201251201.html>