

中国快时尚市场运营格局与投资方向研究报告（2014-2018）

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《中国快时尚市场运营格局与投资方向研究报告（2014-2018）》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/173407173407.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

众所周知，ZARA和HM都是“快时尚”销售模式的代表性企业，其突出特点就是“时尚设计、优质平价、限量发售、快速流通”。HM建立了产品“时尚三角”：三角的底端是顾客需求量最大的产品；中端代表着当季正在流行的产品；位于顶端的是反应最新时尚趋势的产品或者拥有顶级设计的产品。

“自2006年进入中国市场以来，ZARA、HM等品牌以速度快、品种多、数量少、制售一体的效率化经营受到白领和时尚人士青睐。‘快时尚’的商业模式已经成为了服装业中众多‘快时尚’或者运动品牌竞相模仿学习的榜样。

调查显示，有网购行为的女性不仅在数量上多于男性，而且她们进行网络购物的频率也更高。78%的受访女性有过网络购物经历，而且在三个月内进行过至少六次网络购物的消费者中，女性所占比例超过半数(57%)。在来自澳大利亚、中国大陆、中国香港、印度、日本、新加坡、韩国和泰国的4157位消费者中。61%的有过冲动性网络购物经历的女性消费者承认，诱人的折扣和低价往往是导致冲动购物的诱因。对中国的女性消费者而言，低廉的商品价格、仅供网络销售的特许商品和促销活动往往会促使她们进行冲动购物。

“快时尚”的特点在服装行业中表现的较为明显，特别是在消费更新频率高的女装行业。这也将成为国内女装行业的市场突破口。

中国报告网发布的《中国快时尚市场运营格局与投资方向研究报告（2014-2018）》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、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研究分析。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。

第一章 快时尚行业的定义及发展背景

第一节 快时尚行业的定义

第二节 快时尚行业产生的经济背景

一、居民消费能力及消费结构

第三节 快时尚行业产生的社会背景

第二章 服装行业发展现状及经营特点分析

第一节 服装行业市场分析

- 一、服装行业产量分析
- 二、服装行业销量分析
- 三、服装行业出口分析
- 四、服装行业零售分析
- 第二节 服装行业经营分析
 - 一、服装制造行业企业数量
 - 二、服装制造行业财务分析
- 第三节 传统服装行业的经营特点分析31
 - 二、服装行业运营模式及特点分析
 - 三、服装行业运营渠道及特点分析
- 第三章 快时尚行业成功关键因素分析
 - 第一节 快时尚行业的快
 - 第二节 快时尚行业的狠
 - 第三节 快时尚行业的准
- 第四章 快时尚行业的运营模式分析
 - 第一节 SPA模式的概念及价值链
 - 第二节 快时尚行业的运营模式分析
 - 一、快时尚行业的产品策略分析
 - 二、快时尚行业的管理策略分析
 - 三、快时尚行业的销售策略分析
- 第五章 快时尚行业发展现状分析
 - 第一节 快时尚行业的发展现状分析
 - 一、快时尚行业发展规模分析
 - 二、国内快时尚企业发展状况分析
 - 三、国际快时尚企业在华发展状况
 - 四、我国快时尚行业发展现状总结
 - 第二节 快时尚行业发展特点分析
 - 一、目标消费群体的特点
 - 二、快时尚行业产品特征
 - 三、快时尚销售渠道特征
- 第六章 快时尚行业电子商务发展分析
 - 第一节 快时尚行业电子商务发展现状及前景
 - 一、快时尚行业电子商务发展现状
 - 二、快时尚行业电子商务发展趋势及前景
 - 第二节 快时尚行业综合商城运营模式及优秀代表

- 一、综合商城模式简介
 - 二、综合商城模式优劣势
 - 三、综合商城模式优秀代表
 - 四、综合商城模式发展趋势及前景
 - 第三节 轻型品牌店运营模式及优秀代表
 - 一、轻型品牌店模式简介
 - 二、轻型品牌店模式优劣势
 - 三、轻型品牌店模式优秀代表——凡客
 - 第四节 快时尚电子商务营销方式分析
 - 第七章 快时尚行业领先企业经营情况分析
 - 第一节 国际快时尚品牌经营及在华拓展情况
 - 一、西班牙ZARA
 - 二、瑞典H&M
 - 三、日本UNIQLO
 - 第二节 国内快时尚企业经营情况分析
 - 一、上海美特斯邦威服饰股份有限公司
 - (一) 企业偿债能力分析
 - (二) 企业运营能力分析
 - (三) 企业盈利能力分析
 - 二、广州EMU依妙实业有限公司
 - 三、凡客诚品(北京)科技有限公司
 - 四、上海麦考林国际邮购有限公司
 - 五、温州优衣派服饰控股有限公司
 - 第八章 快时尚行业发展隐忧及投资风险分析
 - 第一节 快时尚行业发展隐忧及对策建议
 - 一、质量问题及对策
 - 二、设计款式隐忧及对策建议
 - 三、价格隐忧及对策建议
 - 第二节 快时尚行业投资风险分析
- 图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/173407173407.html>