|  |
| --- |
| [2024版中国快时尚服装市场现状调研与发展前景趋势分析报告](https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/92/KuaiShiShangFuZhuangShiChangXianZhuangDiaoYan.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024版中国快时尚服装市场现状调研与发展前景趋势分析报告](https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/92/KuaiShiShangFuZhuangShiChangXianZhuangDiaoYan.html) |
| 报告编号： | 1A57592　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元 |
| 优惠价： | 电子版：7600 元　　纸介＋电子版：7900 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/92/KuaiShiShangFuZhuangShiChangXianZhuangDiaoYan.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　快时尚服装行业在全球范围内表现出强劲的增长势头，尤其是在年轻消费者群体中深受欢迎。随着消费者对时尚潮流敏感度的提高和消费观念的变化，快时尚品牌凭借其快速更新的产品线、紧跟流行趋势的设计以及相对较低的价格赢得了市场份额。目前，快时尚品牌不仅通过实体店铺进行销售，还积极拓展电商平台，利用社交媒体进行营销推广，以此来吸引顾客。然而，随着消费者对可持续性和社会责任的关注度提升，快时尚品牌面临着环保和社会责任方面的挑战。  
　　未来，快时尚服装行业的发展将更加注重可持续性和社会责任。一方面，品牌将通过采用环保材料、优化供应链管理等方式来减少对环境的影响，以满足消费者对可持续时尚的需求。另一方面，随着科技的进步，快时尚品牌将更多地采用数字化工具和智能技术来提升顾客体验，例如利用虚拟试衣间等技术提高购物便捷性。此外，随着新兴市场的崛起，快时尚品牌将继续扩展其全球布局，探索新的市场机会。  
  
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 2019-2024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 2024年中国国民经济发展状况  
　　　　2.1.2 2024年中国国民经济发展分析  
　　　　2.1.3 2024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 2024年服装行业运行情况  
　　　　……  
　　　　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 2019-2024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 2024年国际快时尚品牌在华发展  
　　　　……  
　　　　3.1.3 2024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 2019-2024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 2019-2024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 2019-2024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 2019-2024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 2019-2024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 2019-2024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 IMAGE COLLECTION  
　　　　9.8.2 Old Navy  
　　　　9.8.3 NEW LOOK  
　　　　9.8.4 We  
  
第十章 2019-2024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 2024年经营情况  
　　　　……  
　　　　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 2024年经营情况  
　　　　……  
　　　　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 企业未来发展计划  
　　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 企业中国香港上市进程  
　　　　10.3.5 企业未来发展计划  
　　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 中智林⋅：济研：2024-2030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　2019-2024年国内生产总值及其增长速度  
　　图表 2　2024年居民消费价格月度涨跌幅度  
　　图表 3　2024年居民消费价格比2024年涨跌幅度  
　　图表 4　2024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 7　2019-2024年公共财政收入及其增长速度  
　　图表 9　2019-2024年全部工业增加值及其增长速度  
　　图表 10　2024年主要工业产品产量及其增长速度  
　　图表 11　2019-2024年建筑业增加值及其增长速度  
　　图表 12　2019-2024年全社会固定资产投资及其增长速度  
　　图表 13　2024年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度  
　　图表 14　2024年固定资产投资新增主要生产能力  
　　图表 15　2024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 17　2024年货物进出口总额及其增长速度  
　　图表 18　2024年主要商品出口数量、金额及其增长速度  
　　图表 19　2024年主要商品进口数量、金额及其增长速度  
　　图表 20　2024年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度  
　　图表 21　2019-2024年货物进出口总额  
　　图表 22　2024年非金融领域外商直接投资及其增长速度  
　　图表 23　2024年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度  
　　图表 24　2024年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度  
　　图表 26　2023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　2023年末人口数及其构成  
　　图表 29　2019-2024年城镇新增就业人数  
　　图表 30　2019-2024年国内生产总值与全部就业人员比率  
　　图表 31　2024年居民消费价格月度涨跌幅度  
　　图表 32　2024年居民消费价格比上年涨跌幅度  
　　图表 33　2024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　2019-2024年公共财政收入  
　　图表 37　2024年规模以上工业增加值增速（月度同比）  
　　图表 38　2024年主要工业产品产量及其增长速度  
　　图表 39　2019-2024年建筑业增加值  
　　图表 40　2024年固定资产投资（不含农户）增速累计同比  
　　图表 41　2024年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度  
　　图表 42　2024年固定资产投资新增主要生产能力  
　　图表 43　2024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　2024年社会消费品零售总额增速月度同比  
　　图表 46　2024年货物进出口总额及其增长速度  
　　图表 47　2024年主要商品出口数量、金额及其增长速度  
　　图表 48　2024年主要商品进口数量、金额及其增长速度  
　　图表 49　2024年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度  
　　图表 50　2024年非金融领域外商直接投资及其增长速度  
　　图表 51　2024年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度  
　　图表 52　2024年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度  
　　图表 54　2023年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度  
　　图表 61　2024年全国重点大型零售企业服装类商品销售同比增幅  
　　图表 66　2024年东中西部及东北地区服装产量情况  
　　图表 67　2024年服装企业人均效益同比增速（累计）  
　　图表 68　2024年服装行业规模以上企业产量情况  
　　图表 70　2019-2024年社会消费品及服装品类零售总额增速情况  
　　图表 71　2019-2024年服装行业规模以上企业主营业务收入、库存同比增长情况  
　　图表 72　2019-2024年服装出口累计增幅情况  
　　图表 73　2024年我国对传统市场服装出口金额情况  
　　图表 74　2024年我国对新兴市场服装出口金额情况  
　　图表 75　2024年规模以上服装企业投资新开工项目分地区占比情况  
　　图表 76　2023年底十大快时尚品牌城市门店分布情况  
　　图表 77　消费者对快时尚服饰产品特征的偏好  
　　图表 78　快时尚服饰产品消费者品牌偏好  
　　图表 79　快时尚服饰消费者购买渠道偏好  
　　图表 80　快时尚服饰消费者寻求信息阶段渠道因素分析  
　　图表 81　快时尚服饰消费者比较评价阶段渠道因素分析  
　　图表 82　快时尚服饰消费者决定购买阶段渠道因素分析  
　　图表 83　消费者第一次网购快时尚服饰时的顾虑  
　　图表 84　快时尚服饰消费者通过实体店购买快时尚服饰时的顾虑  
　　图表 85　快时尚服饰消费者购后评价阶段渠道影响因素  
　　图表 86　不同快时尚品牌消费者购买频率  
　　图表 87　不同快时尚服饰消费者单次消费金额  
　　图表 88　不同品牌消费者在确认需要阶段的渠道偏好  
　　图表 89　不同品牌消费者在寻求信息阶段的渠道偏好  
　　图表 90　优衣库消费者寻求信息阶段渠道因素分析  
　　图表 91　凡客诚品消费者在寻求信息阶段渠道影响因索分析  
　　图表 92　麦考林消费者在寻求信息阶段渠道影响因素分析  
　　图表 93　不同品牌消费者在比较评价阶段的渠道偏好  
　　图表 94　优衣库消费者在比较评价阶段渠道影响因素分析  
　　图表 95　凡客诚品消费者在比较评价阶段渠道影响因素分析  
　　图表 96　麦考林消费者在比较评价阶段渠道影响因素分析  
　　图表 97　不同品牌消费者在决定购买阶段的渠道偏好  
　　图表 98　优衣库消费者在决定购买阶段的渠道影响因素分析  
　　图表 99　凡客诚品消费者在决定购买阶段的渠道影响因素分析  
　　图表 100　麦考林消费者在决定购买阶段的渠道影响因素分析  
　　图表 101　不同品牌消费者在购后评价阶段的渠道偏好  
　　图表 102　优衣库消费者在购后评价阶段的渠道影响因素分析  
　　图表 103　凡客诚.钻消费者在购后评价阶段的渠道影响因索分析  
　　图表 104　麦考林消费者在购后评价阶段的渠道影响因素分析  
　　图表 105　不同地域快时尚服饰消费者单次购买愿花费的金额  
略……

了解《[2024版中国快时尚服装市场现状调研与发展前景趋势分析报告](https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/92/KuaiShiShangFuZhuangShiChangXianZhuangDiaoYan.html)》，报告编号：1A57592，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/92/KuaiShiShangFuZhuangShiChangXianZhuangDiaoYan.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！