

2024年中国快时尚服装市场现状调 研与发展前景预测分析报告

中国产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2024年中国快时尚服装市场现状调研与发展前景预测分析报告

报告编号： 1A08315 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：8500 元 纸质+电子版：8800 元

优惠价格： 电子版：7600 元 纸质+电子版：7900 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/5/31/KuaiShiShangFuZhuangShiChangFenXiBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

快时尚服装行业近年来经历了爆炸式增长，得益于全球化供应链、快速响应市场趋势和消费者对价格敏感性的需求。品牌通过缩短设计到销售周期，频繁更新产品线，吸引了大量追求潮流但预算有限的年轻消费者。然而，快时尚模式也引发了对环境和社会责任的广泛关注，包括资源浪费、劳工权益和环境污染等问题。

未来，快时尚行业将面临更加严格的可持续性和社会责任要求。一方面，企业需要采用环保材料和生产方法，减少纺织品废弃物，并实施公平贸易原则，保障工人权益。另一方面，消费者教育和品牌透明度将成为关键，推动行业从数量导向转向质量导向，鼓励重复利用和衣物回收项目，以减轻对环境的影响。

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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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

.....

10.2.4 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)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 internationale

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 济研：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素分析
- 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 凡客诚品消费者在购后评价阶段的渠道影响因素分析
- 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
- 图表 106 不同地域消费者对快时尚服饰产品特征的偏好
- 图表 107 不同地域快时尚服饰消费者品牌偏好
- 图表 108 二线城市消费者寻求信息阶段渠道因素分析
- 图表 109 二线城市消费者在寻求信息阶段的渠道影响因素分析
- 图表 110 一线城市消费者比较评价阶段渠道因素分析
- 图表 111 二线城市消费者比较评价阶段渠道因素分析
- 图表 112 一线城市消费者在决定购买阶段渠道因素分析
- 图表 113 二线城市消费者在决定购买阶段的渠道因素分析
- 图表 114 vmd的基本要素
- 图表 115 zara在中国的门店分布
- 图表 116 zara门店区域分布分析
- 图表 117 h&m在华渠道布局
- 图表 118 2024年利郎主要财务资料
- 图表 119 2019-2024年利郎非经常性损益项目及金额
- 图表 120 2019-2024年利郎主要会计资料 and 主要财务指标

- 图表 121 2019-2024年利郎主要会计资料
- 图表 122 2019-2024年利郎非经常性损益项目及金额
- 图表 123 2024年利郎主营业务分行业、产品、地区情况
- 图表 124 2024年利郎主要会计资料及财务指标
- 图表 125 2024年利郎非经常性损益项目及金额
- 图表 126 2024年诺奇主要会计资料及财务指标
- 图表 127 2024年诺奇非经常性损益项目及金额
- 略……

订阅“2024年中国快时尚服装市场现状调研与发展前景预测分析报告”，编号：1A08315，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/5/31/KuaiShiShangFuZhuangShiChangFenXiBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！