

中国快时尚行业发展调研与市场前景预测 报告（2024-2030年）

中国产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 中国快时尚行业发展调研与市场前景预测报告（2024-2030年）

报告编号： 1A10691 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：9200 元 纸质+电子版：9500 元

优惠价格： 电子版：8200 元 纸质+电子版：8500 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/1/69/KuaiShiShangShiChangDiaoYanBaoGao.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

快时尚行业在过去几十年中经历了爆炸式增长，以快速更新款式和低价策略吸引了大量消费者。然而，近年来，快时尚模式的可持续性和道德问题受到了广泛关注，包括过度消费、劳工权益和环境污染。消费者和监管机构对透明度和可持续性的要求日益增加，迫使快时尚品牌重新审视其供应链和生产模式。

未来，快时尚行业将更加注重可持续性和社会责任。随着消费者对环保和道德消费的意识提高，快时尚品牌将致力于采用更加环保的材料，如有机棉和再生纤维，以及提高生产过程的透明度和公平性。同时，通过循环利用和二手市场的发展，快时尚行业将探索新的商业模式，减少浪费和资源消耗。此外，数字化技术的应用，如虚拟试衣和个性化推荐，将提高消费者体验，减少退货率。

第一章 快时尚行业定义及发展背景

第一节 快时尚行业定义

第二节 社会形态变化背景

一、我国步入m型社会

- 1、m型社会的定义
- 2、我国步入m型社会
- 3、m型社会的启示

二、奢侈风气的形成

- 1、名牌对青少年的吸引力
- 2、奢侈风气的启示

三、浮躁心理的形成

- 1、m型社会的浮躁心理

2、浮躁心理的启示

四、社会形态变化小结

第三节 社会消费能力背景

一、居民消费能力及消费结构

1、居民可支配收入增长分析

2、居民消费结构分析

二、服装类产品价格上涨分析

1、服装类出厂价格上涨分析

2、服装类消费价格上涨分析

三、城市女性消费调研

1、调研总体情况

2、分年龄结构分析

3、品牌选择偏好

4、影响消费主要因素

第二章 快时尚行业发展现状分析

第一节 服装行业发展形势

一、服装行业发展市场规模

二、快时尚成服装市场典型运作模式

三、电子商务成服装销售最具成长性渠道

第二节 快时尚行业发展现状

第三章 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

1、品牌简介

2、品牌定位

（1）市场定位

（2）目标客户

（3）产品定价

3、品牌设计

（1）产品设计

（2）上市数量

4、销售情况

5、经营模式

（1）生产采购

（2）订货模式

- (3) 物流模式
- (4) 供应链管理

6、营销策略

- (1) 销售网络
- (2) 宣传策略
- (3) 营销策略
- (4) 反应速度

7、在华拓展

- (1) 在华拓展路径
- (2) 在华拓展规模

二、瑞典h&m

1、品牌简介

2、品牌定位

- (1) 市场定位
- (2) 目标客户
- (3) 产品定价

3、品牌设计

- (1) 产品设计
- (2) 上市数量

4、销售情况

5、经营模式

- (1) 生产采购
- (2) 物流模式
- (3) 供应链管理

6、营销策略

- (1) 销售网络
- (2) 宣传策略
- (3) 营销策略
- (4) 反应速度

7、在华拓展

- (1) 在华拓展路径
- (2) 在华拓展规模

三、日本uniqlo

1、品牌简介

2、品牌定位

- (1) 市场定位

(2) 目标客户

(3) 产品定价

3、品牌设计

4、销售情况

5、经营模式

(1) 生产采购

(2) 供应链管理

6、营销策略

(1) 销售网络

(2) 宣传策略

7、在华拓展

(1) 在华拓展路径

(2) 在华拓展规模

四、美国gap

1、品牌简介

2、品牌定位

(1) 市场定位

(2) 产品定价

3、品牌设计

4、销售情况

5、经营模式

(1) 生产采购

(2) 订货模式

(3) 物流模式

(4) 供应链管理

6、营销策略

(1) 销售网络

(2) 宣传策略

(3) 营销策略

(4) 反应速度

7、在华拓展

(1) 在华拓展路径

(2) 在华拓展规模

五、日本muji

1、品牌简介

2、品牌定位

3、品牌设计

4、销售情况

5、经营模式

6、营销策略

（1）销售网络

（2）宣传策略

（3）营销策略

7、在华拓展

（1）在华拓展路径

（2）在华拓展规模

六、英国m&s

1、品牌简介

2、品牌定位

（1）市场定位

（2）产品定价

3、销售情况

4、生产采购模式

5、经营模式

6、营销策略

7、在华拓展

七、荷兰c&a

1、品牌简介

2、品牌定位

（1）市场定位

（2）产品定价

3、经营模式

4、营销策略

（1）销售网络

（2）反应速度

5、在华拓展

八、法国ur

1、品牌简介

2、品牌定位

3、经营模式

（1）生产采购

（2）供应链管理

4、反应速度

5、在华拓展

九、韩国

1、品牌简介

2、品牌定位

（1）市场定位

（2）目标客户

（3）产品定价

3、品牌设计

4、销售情况

5、营销策略

（1）销售网络

（2）宣传策略

6、在华拓展

十、丹麦only

1、品牌简介

2、品牌定位

（1）市场定位

（2）目标客户

（3）产品定价

3、品牌设计

（1）产品设计

（2）上市数量

4、经营模式

5、营销策略

（1）销售网络

（2）宣传策略

（3）反应速度

6、在华拓展

（1）在华拓展路径

（2）在华拓展规模

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

1、品牌简介

2、品牌定位

（1）市场定位

(2) 目标客户

3、品牌设计

(1) 产品设计

(2) 上市数量

4、销售情况

5、经营模式

(1) 生产采购

(2) 订货模式

(3) 物流模式

(4) 供应链管理

6、营销策略

(1) 销售网络

(2) 营销策略

(3) 反应速度

二、广州emu依妙实业有限公司

1、品牌简介

2、品牌定位

(1) 市场定位

(2) 目标客户

(3) 产品定价

3、品牌设计

4、销售情况

5、营销策略

(1) 销售网络

(2) 营销策略

三、凡客诚品（北京）科技有限公司

1、品牌简介

2、品牌定位

(1) 市场定位

(2) 目标客户

(3) 产品定价

3、品牌设计

4、销售情况

5、经营模式

(1) 生产采购

(2) 物流模式

(3) 供应链管理

6、营销策略

(1) 销售网络

(2) 营销策略

四、上海麦考林国际邮购有限公司

1、品牌简介

2、品牌定位

3、品牌设计

(1) 产品设计

(2) 上市数量

4、销售情况

5、经营模式

(1) 生产采购

(2) 物流模式

6、营销策略

(1) 销售网络

(2) 营销策略

五、温州优衣派服饰控股有限公司

1、品牌简介

2、品牌定位

(1) 市场定位

(2) 目标客户

(3) 产品定价

3、经营模式

4、营销策略

(1) 销售网络

(2) 营销策略

(3) 反应速度

六、阿仕顿男装连锁（中国）有限公司

1、品牌简介

2、品牌定位

(1) 市场定位

(2) 目标客户

(3) 产品定价

3、品牌设计

(1) 产品设计

(2) 上市数量

4、销售情况

5、经营模式

(1) 生产采购

(2) 订货模式

(3) 供应链管理

6、营销策略

(1) 销售网络

(2) 宣传策略

(3) 营销策略

(4) 反应速度

七、福建诺奇股份有限公司

1、品牌简介

2、品牌定位

(1) 市场定位

(2) 目标客户

3、经营模式

(1) 生产采购

(2) 物流模式

(3) 供应链管理

4、营销策略

(1) 销售网络

(2) 宣传策略

(3) 营销策略

(4) 反应速度

八、北京九合尚品科技有限公司

1、品牌简介

2、品牌定位

(1) 市场定位

(2) 目标客户

(3) 产品定价

3、品牌设计

(1) 产品设计

(2) 上市数量

4、销售情况

5、经营模式

(1) 生产采购

(2) 物流模式

6、营销策略

(1) 销售网络

(2) 宣传策略

九、广州摩拉网络科技有限公司

1、品牌简介

2、品牌定位

(1) 市场定位

(2) 目标客户

3、品牌设计

(1) 产品设计

(2) 上市数量

4、销售情况

5、经营模式

(1) 生产采购

(2) 物流模式

(3) 供应链管理

6、营销策略

(1) 销售网络

(2) 宣传策略

(3) 反应速度

十、杭州黯涉电子商务有限公司

1、品牌简介

2、品牌定位

3、品牌设计

4、销售情况

5、经营模式

(1) 生产采购

(2) 供应链管理

6、营销策略

(1) 销售网络

(2) 营销策略

(3) 反应速度

第四章 2024-2030年中国快时尚发展趋势分析

第一节 2024-2030年中国快时尚产业前景展望

- 一、2024年中国快时尚发展形势分析
- 二、发展快时尚产业的机遇及趋势
- 三、未来10年中国快时尚产业发展规划
- 四、2024-2030年中国快时尚产量预测
- 第二节 2024-2030年快时尚产业发展趋势探讨
 - 一、2024-2030年快时尚产业前景展望
 - 二、2024-2030年快时尚产业发展目标

第五章 济研：专家观点与研究结论

- 第一节 报告主要研究结论
- 第二节 中智林:行业专家建议

图表目录

- 图表 1：m型社会模型
- 图表 2：香港地区各阶层家庭占整个家庭数目比例
- 图表 3：香港家庭数目百分比变化（按家庭收入）
- 图表 4：青少年对名牌的喜欢比例
- 图表 5：青少年“时尚消费”现象调查报告
- 图表 6：青少年每月可动用的金钱（单位：元）
- 图表 7：2018-2023年城镇居民人均可支配收入实际增长速度
- 图表 8：2018-2023年农村居民人均收入实际增长速度
- 图表 9：2018-2023年服装类出厂价格指数走势
-
- 图表 11：2018-2023年纺织服装行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）
- 图表 12：2018-2023年zara销售收入地区分布
- 图表 13：zara生产线
- 图表 14：2018-2023年inditex店铺构成（单位：家）
- 图表 15：2018-2023年indtex在大陆和香港开店数量（单位：家）
- 图表 16：优衣库供应链管理
- 图表 17：m&s中国拓展表
- 图表 18：only供应链管理系统流程图
- 图表 19：上海美特斯邦威服饰股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
- 图表 20：2018-2023年上海美特斯邦威服饰股份有限公司主要经济指标分析
- 图表 21：2018-2023年上海美特斯邦威服饰股份有限公司盈利能力分析
- 图表 22：2018-2023年上海美特斯邦威服饰股份有限公司运营能力分析
- 图表 23：2018-2023年上海美特斯邦威服饰股份有限公司偿债能力分析
- 图表 24：2018-2023年上海美特斯邦威服饰股份有限公司发展能力分析

图表 25：上海美特斯邦威服饰股份有限公司仓储网点分布

图表 26：上海美特斯邦威服饰股份有限三大物流配送点

略……

订阅“中国快时尚行业发展调研与市场前景预测报告（2024-2030年）”，编号：1A10691，

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/1/69/KuaiShiShangShiChangDiaoYanBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！