

2014-2020年中国快时尚市 场前景研究与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2014-2020年中国快时尚市场前景研究与投资战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/N03827A3H4.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

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

(1) 居民可支配收入

(2) 居民消费结构分析

(3) 衣着支出前十地区

第三节 快时尚行业产生的社会背景

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

二、奢侈风气的形成

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

(1) 服装制造行业营业收入分析

(2) 服装制造行业资产负债分析

(3) 服装制造行业应收账款净额

(4) 服装制造行业盈利能力分析

第三节 传统服装行业的经营特点分析

一、服装行业的特点分析

(1) 区域集中度高

(2) 集群专业化发展

(3) 市场竞争模式转变

二、服装行业运营模式及特点分析

(1) 前店后厂模式

(2) 贴牌加工模式

(3) 中间商模式

(4) 品牌商模式

(5) 一体化模式

三、服装行业运营渠道及特点分析

(1) 特许加盟模式

1) 特许加盟模式简介

2) 特许加盟模式优缺点

3) 订购电话特许加盟模式成本分析

4) 特许加盟模式利润分析

5) 特许加盟模式代表企业

(2) 直营连锁模式

1) 直营连锁模式简介

2) 直营连锁模式优缺点

3) 直营连锁模式成本分析

4) 直营连锁模式利润分析

5) 直营连锁模式代表企业

(3) B2C模式

1) B2C模式简介

2) B2C模式优缺点

3) B2C模式成本分析

4) B2C模式利润分析

5) B2C模式代表企业

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

一、快时尚行业的快速设计

二、快时尚行业的快速采购

三、快时尚行业的快速制造

四、快时尚行业的快速物流

第二节 快时尚行业的狠

一、门店结构与“狠”的关系

二、社会结构与“狠”的关系

第三节 快时尚行业的准

一、采取潮流跟随策略

二、与奢侈品牌建立合作

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

一、SPA模式的概念

二、SPA模式的价值链

三、SPA模式的成功品牌代表

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

(1) 快速复制策略

(2) 产品短缺策略

二、快时尚行业的管理策略分析

(1) 全程掌握物流供应链

(2) 建立实时管理系统

三、快时尚行业的销售策略分析

(1) 价格策略

(2) 渠道策略

(3) 广告策略

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

(1) 年龄特征

(2) 喜好特征

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

(1) 天猫商城

(2) 天猫商城进驻快时尚品牌代表

(3) 进驻品牌代表经营业绩表现

(4) 进驻品牌代表营销策略

(5) 进驻品牌代表竞争力分析

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

(1) 凡客简介

(2) 凡客经营规模

(3) 凡客营销策略

(4) 凡客竞争力分析

第四节 快时尚电子商务营销方式分析

一、视频广告营销

(1) 受众群体

(2) 优缺点分析

(3) 营销效果

二、搜索引擎营销

(1) 受众群体

(2) 优缺点分析

(3) 营销效果

三、网络社区营销

(1) 受众群体

(2) 优缺点分析

(3) 营销效果

四、EDM邮件营销

(1) 受众群体

(2) 优缺点分析

(3) 营销效果

五、CPS营销

(1) 受众群体

(2) 优缺点分析

(3) 营销效果

六、积分营销

(1) 受众群体

(2) 优缺点分析

七、DM目录营销

(1) 受众群体

(2) 优缺点分析

(3) 营销效果

八、线下活动营销

(1) 受众群体

(2) 优缺点分析

(3) 营销效果

九、传统媒体广告

(1) 受众群体

(2) 优缺点分析

(3) 营销效果

第七章 快时尚行业主要城市发展分析

第一节 上海

第二节 北京

第三节 成都

第四节 深圳

第五节 沈阳

第六节 武汉

第七节 杭州

第八节 广州

第八章 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

二、瑞典H&M

(1) 品牌简介

(2) 品牌定位

三、日本UNIQLO

(1) 品牌简介

(2) 品牌定位

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

二、广州EMU依妙实业有限公司

(1) 品牌简介

(2) 品牌定位

三、凡客诚品(北京)科技有限公司

(1) 品牌简介

(2) 品牌定位 订购电话 010-562 05768

四、上海麦考林国际邮购有限公司

(1) 品牌简介

(2) 品牌定位

五、温州优衣派服饰控股有限公司

(1) 品牌简介

(2) 品牌定位

第九章 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

(1) 质量问题

(2) 质量问题产生原因

1) 生产周期短

2) 生产外包

(3) 质量问题解决对策建议

1) 把握扩张步伐

2) 严格审核生产外包质量

二、设计款式隐忧及对策建议

(1) 设计款式问题

1) 缺乏原创设计

2) 不适合国人身材

(2) 设计款式问题对策建议

三、价格隐忧及对策建议

(1) 价格问题

1) 定价偏高

2) 国内外售价不一致

(2) 价格问题及对策建议

四、快时尚行业发展隐忧小结

第二节 快时尚行业投资风险分析

一、宏观经济波动风险

二、技术风险

三、供求风险

四、相关行业风险

五、区域风险

六、产品风险

- (1) 产品定位风险
- (2) 产品成本风险
- (3) 产品质量控制风险
- (4) 产品利润风险

图表目录：

- 图表：国内生产总值同比增长速度
- 图表：全国粮食产量及其增速
- 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
- 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
- 图表：进出口总额（亿美元）
- 图表：广义货币（M2）增长速度（%）
- 图表：居民消费价格同比上涨情况
- 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
- 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
- 图表：农村居民人均收入实际增长速度
- 图表：人口及其自然增长率变化情况
- 图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
- 图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）
- 图表：2014年中国GDP增长预测
- 图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测
- 图表：略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/N03827A3H4.html>