

## 2025-2030年中国快时尚行业发展前景预测与投资战略规划分析报告

## 目 录

## CONTENTS

## ——综述篇——

## 第1章：快时尚行业综述及数据来源说明

## 1.1 快时尚行业界定

## 1.1.1 快时尚的定义

## 1.1.2 快时尚成功的关键因素

## 1、快时尚行业的“快”

## 2、快时尚行业的“狠”

## (1) 门店结构与“狠”的关系

## (2) 社会结构与“狠”的关系

## 3、快时尚行业的“准”

## (1) 采取潮流跟随策略

## (2) 与奢侈品牌建立合作

## 1.1.3 快时尚行业分类

## 1.1.4 快时尚所处行业

## 1.1.5 快时尚行业监管

## 1.2 快时尚产业画像

## 1.2.1 快时尚产业链结构梳理

## 1.2.2 快时尚产业链生态图谱

## 1.2.3 快时尚产业链区域热力图

## 1.3 本报告数据来源及统计标准说明

## 1.3.1 本报告研究范围界定说明

## 1.3.2 本报告权威数据来源

## 1.3.3 本报告研究方法及统计标准

## ——现状篇——

## 第2章：全球及中国快时尚行业发展现状及规模

## 2.1 全球快时尚行业发展概况

## 2.1.1 快时尚行业发展规模

## 2.1.2 快时尚行业区域格局

## 2.2 国外快时尚品牌的中国发展史

## 2.3 中国本土快时尚品牌的发展史

## 2.4 快时尚的演进形态：快时尚→超快时尚（DTC）→实时时尚

## 2.5 中国市场快时尚品牌开店及进入情况

## 2.5.1 快时尚品牌开店数量及增速

## 2.5.2 中国市场主要快时尚品牌的入场时间

## 2.5.3 中国市场主要快时尚品牌的开店数量变化

## 2.5.4 中国市场主要快时尚品牌在购物中心的开店数量

## 2.6 中国市场快时尚品牌关店及退出情况

## 2.6.1 近年来退出中国市场的快时尚品牌

## 2.6.2 中国市场主要快时尚品牌的关店数量

## 2.7 国际快时尚企业在中国市场门店总数

## 2.8 中国本土快时尚品牌入场及门店布局

## 2.8.1 中国本土快时尚品牌入场情况

## 2.8.2 中国本土快时尚品牌门店布局

## 2.8.3 中国本土快时尚品牌经营情况

## 2.9 中国快时尚行业市场需求/销售

## 2.9.1 需求特征（谁需要）

## 2.9.2 流通体系（渠道体系）

## 2.9.3 需求现状（需求量）

## 2.10 中国快时尚行业市场规模体量

## 2.11 中国快时尚行业发展痛点及挑战

## 第3章：中国快时尚市场竞争状况与资本市场动向

- 3.1 中国快时尚市场竞争格局
  - 3.1.1 快时尚行业市场竞争集群/梯队
  - 3.1.2 快时尚行业市场竞争格局
  - 3.1.3 快时尚行业市场集中度
- 3.2 快时尚跨国公司在华市场竞争力
- 3.3 快时尚跨国公司在华竞争策略
- 3.4 快时尚行业融资动态及热门赛道
  - 3.4.1 整体融资情况
  - 3.4.2 融资事件汇总
  - 3.4.3 融资规模
  - 3.4.4 热门融资赛道
    - 1、定制服装（西装等）
    - 2、贴身衣物（运动、内衣）
- 3.5 快时尚行业兼并重组动态
  - 3.5.1 兼并重组阶段、方式及动因
  - 3.5.2 兼并重组事件
  - 3.5.3 兼并重组案例
  - 3.5.4 兼并重组趋势
- 3.6 快时尚行业IPO动态
  - 3.6.1 行业IPO事件汇总
  - 3.6.2 行业IPO事件解读
- 第4章：快时尚经营模式及供应链发展
  - 4.1 SPA模式的概念及价值链
  - 4.2 快时尚行业的运营模式
    - 4.2.1 快时尚行业的产品策略分析
    - 4.2.2 快时尚行业的管理策略分析
    - 4.2.3 快时尚行业的销售策略分析
  - 4.3 快时尚行业的物流模式分析
    - 4.3.1 现代物流体系分析
    - 4.3.2 快时尚行业的物流模式分析
  - 4.4 中国快时尚供应链发展现状
    - 4.4.1 快时尚产品开发流程
    - 4.4.2 中国快时尚上游市场概况
    - 4.4.3 中国快时尚设计师人才市场
  - 4.5 中国服装行业经济运行现状
    - 4.5.1 中国服装业生产情况
    - 4.5.2 中国服务业内销情况
    - 4.5.3 中国服装业出口情况
    - 4.5.4 中国服装业投资情况
    - 4.5.5 中国服装业经营效益
  - 4.6 基于现代价值链理论的“快时尚”成本控制
    - 4.6.1 产品研发与设计的成本控制
    - 4.6.2 价值链上游的成本控制——原材料的采购
    - 4.6.3 价值链中游的成本控制——内外价值链
      - 1、内部价值链成本控制
      - 2、外部价值链成本控制
    - 4.6.4 价值链下游的成本控制——销售与售后服务
  - 4.7 快时尚质量管控难点与策略建议
    - 4.7.1 快时尚质量管控的难点分析
    - 4.7.2 快时尚质量管控的策略建议
- 第5章：快时尚行业消费场景及用户触达
  - 5.1 快时尚行业消费场景
  - 5.2 快时尚行业销售模式
  - 5.3 快时尚行业销售渠道分布
  - 5.4 快时尚行业线上渠道发展
  - 5.5 快时尚电子商务平台发展
  - 5.6 快时尚跨境电商发展现状
  - 5.7 快时尚短视频及直播电商发展现状
  - 5.8 综合商城运营模式及案例

- 5.8.1 综合商城模式简介
- 5.8.2 综合商城模式优劣势
- 5.8.3 综合商城模式案例
  - 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
- 5.8.4 综合商城模式发展趋势及前景
- 5.9 轻型品牌店运营模式及案例**
- 5.9.1 轻型品牌店模式简介
- 5.9.2 轻型品牌店模式优劣势
- 5.9.3 轻型品牌店模式代表——南极人
- 5.10 快时尚行业市场营销策略**
- 5.10.1 快时尚行业产品营销策略
- 5.10.2 快时尚行业内容营销策略
- 5.10.3 快时尚行业营销渠道布局
  - 1、影视综艺植入
  - 2、KOL营销
  - 3、微信引流
  - 4、搜索引擎营销
  - 5、网络社区营销
  - 6、CPS营销
  - 7、积分营销
  - 8、线下活动营销
  - 9、传统媒体广告
  - 10、其他新媒体渠道
- 5.11 中国快时尚行业消费行为特征总结
- 5.12 中国快时尚行业细分消费市场战略地位分析
- 第6章：快时尚行业细分产品市场分析**
- 6.1 快时尚行业细分市场现状**
- 6.1.1 快时尚细分市场结构
- 6.1.2 快时尚产品综合对比
- 6.2 快时尚细分市场：女装**
- 6.2.1 女装概述
- 6.2.2 女装市场概况
- 6.2.3 女装企业布局
- 6.2.4 女装发展趋势
- 6.3 快时尚细分市场：男装**
- 6.3.1 男装概述
- 6.3.2 男装市场概况
- 6.3.3 男装企业布局
- 6.3.4 男装发展趋势
- 6.4 快时尚细分市场：内衣**
- 6.4.1 内衣概述
- 6.4.2 内衣市场概况
- 6.4.3 内衣企业布局
- 6.4.4 内衣发展趋势
- 6.5 快时尚细分市场：定制服装**
- 6.5.1 定制服装概述
- 6.5.2 定制服装市场概况
- 6.5.3 定制服装发展趋势
- 6.6 快时尚行业细分市场战略地位分析**
- 第7章：中国快时尚产业区域格局发展解读**
- 7.1 中国快时尚行业区域发展格局**
- 7.2 中国快时尚产业集群发展现状**
- 7.3 重点区域发展：上海**
- 7.3.1 上海快时尚消费环境
  - 1、城镇人均可支配收入

- 2、上海城镇居民消费支出
- 3、上海城镇居民衣着消费
- 7.3.2 上海快时尚发展现状
  - 1、购物中心数量
  - 2、快时尚进驻品牌
  - 3、快时尚品牌布局
  - 4、快时尚竞争形势

#### 7.4 重点区域发展：北京

- 7.4.1 北京快时尚消费环境
  - 1、城镇人均可支配收入
  - 2、城镇居民消费支出
  - 3、城镇居民衣着消费
- 7.4.2 北京快时尚发展现状
  - 1、购物中心数量
  - 2、快时尚进驻品牌
  - 3、快时尚品牌布局
  - 4、快时尚竞争形势

#### 7.5 重点区域发展：深圳

- 7.5.1 深圳快时尚消费环境
  - 1、城镇人均可支配收入
  - 2、城镇居民消费支出
  - 3、城镇居民衣着消费
- 7.5.2 深圳快时尚发展现状
  - 1、购物中心数量
  - 2、快时尚进驻品牌
  - 3、快时尚品牌布局
  - 4、快时尚竞争形势

#### 7.6 重点区域发展：广州

- 7.6.1 广州快时尚消费环境
  - 1、城镇人均可支配收入
  - 2、城镇居民消费支出
  - 3、城镇居民衣着消费
- 7.6.2 广州快时尚发展现状
  - 1、购物中心数量
  - 2、快时尚进驻品牌
  - 3、快时尚品牌布局
  - 4、快时尚竞争形势

### 第8章：全球及中国快时尚企业案例解析

#### 8.1 国际快时尚品牌在华布局（不分先后，可指定）

- 8.1.1 西班牙ZARA
  - 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
  - 7、在华拓展
- 8.1.2 瑞典H&M
  - 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
  - 7、在华拓展
- 8.1.3 日本UNIQLO
  - 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
- 7、在华拓展
- 8.1.4 美国GAP
  - 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
  - 7、在华拓展
- 8.1.5 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
  - 7、在华拓展
- 8.1.6 丹麦ONLY
  - 1、品牌简介
  - 2、品牌定位
  - 3、品牌设计
  - 4、经营模式
  - 5、营销策略
  - 6、在华拓展
- 8.2 中国本土快时尚品牌案例分析（不分先后，可指定）
  - 8.2.1 南京希音电子商务有限公司——SHEIN
    - 1、企业基本信息
      - (1) 发展历程
      - (2) 基本信息
      - (3) 经营范围及主营业务
      - (4) 股权结构
      - (5) 投融资/IPO动态
    - 2、经营情况
    - 3、品牌发展
    - 4、品牌定位
    - 3、品牌设计
    - 5、经营模式
    - 6、营销策略
  - 8.2.2 上海冕尚服饰有限公司——MJstyle
    - 1、企业基本信息
      - (1) 发展历程
      - (2) 基本信息
      - (3) 经营范围及主营业务
      - (4) 股权结构
      - (5) 投融资/IPO动态
    - 2、经营情况
    - 3、品牌发展
    - 4、品牌定位
    - 3、品牌设计
    - 5、经营模式
    - 6、营销策略
  - 8.2.3 彼悦（北京）科技有限公司——Ubras
    - 1、企业基本信息
      - (1) 发展历程
      - (2) 基本信息
      - (3) 经营范围及主营业务

- (4) 股权结构
  - (5) 投融资/IPO动态
  - 2、经营情况
  - 3、品牌发展
  - 4、品牌定位
  - 3、品牌设计
  - 5、经营模式
  - 6、营销策略
- 8.2.4 三立人（深圳）科技有限公司——BananaIn 蕉内
- 1、企业基本信息
    - (1) 发展历程
    - (2) 基本信息
    - (3) 经营范围及主营业务
    - (4) 股权结构
    - (5) 投融资/IPO动态
  - 2、经营情况
  - 3、品牌发展
  - 4、品牌定位
  - 3、品牌设计
  - 5、经营模式
  - 6、营销策略
- 8.2.5 成都重回汉唐文化传播有限公司——重回汉唐
- 1、企业基本信息
    - (1) 发展历程
    - (2) 基本信息
    - (3) 经营范围及主营业务
    - (4) 股权结构
    - (5) 投融资/IPO动态
  - 2、经营情况
  - 3、品牌发展
  - 4、品牌定位
  - 3、品牌设计
  - 5、经营模式
  - 6、营销策略
- 8.2.6 上海吉重网络科技有限公司——易衫网
- 1、企业基本信息
    - (1) 发展历程
    - (2) 基本信息
    - (3) 经营范围及主营业务
    - (4) 股权结构
    - (5) 投融资/IPO动态
  - 2、经营情况
  - 3、品牌发展
  - 4、品牌定位
  - 3、品牌设计
  - 5、经营模式
  - 6、营销策略
- 8.2.7 广州爱帛服饰有限公司——摩安珂MO&Co
- 1、企业基本信息
    - (1) 发展历程
    - (2) 基本信息
    - (3) 经营范围及主营业务
    - (4) 股权结构
    - (5) 投融资/IPO动态
  - 2、经营情况
  - 3、品牌发展
  - 4、品牌定位
  - 3、品牌设计
  - 5、经营模式

- 6、营销策略
- 8.2.8 上海美特斯邦威服饰股份有限公司——美邦服饰
  - 1、企业基本信息
    - (1) 发展历程
    - (2) 基本信息
    - (3) 经营范围及主营业务
    - (4) 股权结构
    - (5) 投融资/IPO动态
  - 2、经营情况
  - 3、品牌发展
  - 4、品牌定位
  - 3、品牌设计
  - 5、经营模式
  - 6、营销策略
- 8.2.9 浙江森马服饰股份有限公司——森马服饰
  - 1、企业基本信息
    - (1) 发展历程
    - (2) 基本信息
    - (3) 经营范围及主营业务
    - (4) 股权结构
    - (5) 投融资/IPO动态
  - 2、经营情况
  - 3、品牌发展
  - 4、品牌定位
  - 3、品牌设计
  - 5、经营模式
  - 6、营销策略
- 8.2.10 广州EMU依妙实业有限公司——EMU
  - 1、企业基本信息
    - (1) 发展历程
    - (2) 基本信息
    - (3) 经营范围及主营业务
    - (4) 股权结构
    - (5) 投融资/IPO动态
  - 2、经营情况
  - 3、品牌发展
  - 4、品牌定位
  - 3、品牌设计
  - 5、经营模式
  - 6、营销策略

## ——展望篇——

### 第9章：快时尚行业发展环境洞察&发展潜力

#### 9.1 快时尚行业消费环境分析

#### 9.2 快时尚行业政策/规划汇总及解读

##### 9.2.1 国家层面政策/规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）

###### 1、国家层面政策

###### 2、国家层面规划

##### 9.2.2 31省市政策/规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）

###### 1、31省市政策/规划汇总

###### 2、31省市发展目标解读

##### 9.2.3 国家重点规划/政策对快时尚行业发展的影响

###### 1、国家“十四五”规划对快时尚行业发展的影响

###### 2、“碳达峰、碳中和”战略对快时尚行业发展的影响

##### 9.2.4 政策环境对快时尚行业发展的影响总结

#### 9.3 快时尚行业SWOT分析（优势/劣势/机会/威胁）

#### 9.4 快时尚行业发展潜力评估

### 第10章：快时尚行业市场前景及发展趋势洞悉

#### 10.1 快时尚行业未来关键增长点

#### 10.2 快时尚行业发展前景预测（未来5年预测）

### 10.3 快时尚行业发展趋势洞悉

- 10.3.1 整体发展趋势
- 10.3.2 监管规范趋势
- 10.3.3 技术创新趋势
- 10.3.4 细分市场趋势
- 10.3.5 市场竞争趋势
- 10.3.6 市场供需趋势

## 第11章：快时尚行业投资战略规划策略及建议

### 11.1 快时尚行业进入与退出壁垒

- 11.1.1 进入壁垒
  - 1、资金壁垒
  - 2、技术壁垒
  - 3、准入壁垒
  - 4、人才壁垒
  - 5、资源壁垒
  - 6、品牌壁垒
- 11.1.2 退出壁垒

### 11.2 快时尚行业投资风险预警

- 11.2.1 投资风险
  - 1、周期性风险
  - 2、成长性风险
  - 3、产业关联度风险
  - 4、市场集中度风险
  - 5、行业壁垒风险
- 11.2.2 风险应对

### 11.3 快时尚行业投资机会分析

- 11.3.1 快时尚产业链薄弱环节投资机会
- 11.3.2 快时尚行业细分领域投资机会
- 11.3.3 快时尚行业区域市场投资机会
- 11.3.4 快时尚产业空白点投资机会

### 11.4 快时尚行业投资价值评估

### 11.5 快时尚行业投资策略建议

### 11.6 快时尚行业可持续发展建议

## 图表目录

- 图表1：快时尚的定义
- 图表2：快时尚行业的三大特点
- 图表3：快时尚行业的“快”分析
- 图表4：美邦服饰加盟与直营门店营业收入及占比（单位：万元，%）
- 图表5：森马服饰加盟与直营门店营业收入及占比（单位：万元，%）
- 图表6：美邦服饰与森马服饰的毛利率（单位：%）
- 图表7：美邦服饰与森马服饰的销售费用（单位：亿元）
- 图表8：快时尚的特征
- 图表9：快时尚行业分类
- 图表10：本报告研究领域所处行业（一）
- 图表11：本报告研究领域所处行业（二）
- 图表12：中国快时尚行业监管框架示意图
- 图表13：中国快时尚行业监管机构及职责
- 图表14：中国快时尚行业监管要求及依据
- 图表15：快时尚产业链结构梳理
- 图表16：快时尚产业链生态图谱
- 图表17：快时尚产业链区域热力图
- 图表18：本报告研究范围界定
- 图表19：本报告权威数据资料来源汇总
- 图表20：本报告的主要研究方法及统计标准说明

- 图表21: 全球快时尚行业发展规模
- 图表22: 全球快时尚行业区域格局
- 图表23: 国外快时尚品牌的中国发展史
- 图表24: 中国本土快时尚品牌的发展史
- 图表25: 快时尚的演进形态: 快时尚→超快时尚(DTC)→实时时尚
- 图表26: 快时尚品牌开店数量及增速
- 图表27: 中国市场主要快时尚品牌的入场时间
- 图表28: 中国市场主要快时尚品牌的开店数量变化
- 图表29: 中国市场主要快时尚品牌在购物中心的开店数量
- 图表30: 中国市场主要快时尚品牌在购物中心的开店数量
- 图表31: 中国市场主要快时尚品牌在购物中心的开店数量
- 图表32: 中国市场主要快时尚品牌在购物中心的开店数量
- 图表33: 中国市场主要快时尚品牌在购物中心的开店数量
- 图表34: 国际主要快时尚品牌在华门店总数(单位: 家)
- 图表35: 美特斯邦威服饰有限公司直营与加盟店铺经营占比情况(单位: %)
- 图表36: 美邦服饰销售毛利率和销售净利率(单位: %)
- 图表37: 快时尚行业的发展特点分析
- 图表38: 主要快时尚品牌的消费群体年龄结构(单位: 岁)
- 图表39: 快时尚市场行情走势
- 图表40: 快时尚行业市场规模体量分析
- 图表41: 中国快时尚行业发展痛点及挑战
- 图表42: 快时尚市场竞争态势
- 图表43: 快时尚市场竞争格局
- 图表44: 快时尚市场集中度
- 图表45: 快时尚跨国公司在华市场竞争力
- 图表46: 快时尚跨国公司在华竞争策略
- 图表47: 快时尚行业整体融资情况
- 图表48: 快时尚行业融资事件汇总
- 图表49: 快时尚行业融资规模
- 图表50: 快时尚行业热门融资赛道
- 图表51: 快时尚兼并重组阶段、方式及动因
- 图表52: 兼并与重组事件汇总
- 图表53: 兼并与重组案例分析
- 图表54: 快时尚行业的SPA模式分析
- 图表55: 快时尚行业的产品策略分析
- 图表56: 快时尚行业的管理策略分析
- 图表57: 快时尚行业的销售策略分析
- 图表58: 美邦服饰与森马服饰广告宣传费用与销售费用占比(单位: %)
- 图表59: 中国快时尚消费场景拆解(单位: %)
- 图表60: 商业模式核心构成
- 图表61: 直销与经销图解
- 图表62: 快时尚行业线上电商渠道发展分析
- 图表63: 综合商场模式的优劣势分析
- 图表64: 优衣库在天猫商城的营销策略
- 图表65: 快时尚视频广告营销分析
- 图表66: 搜索引擎用户年龄分布结构及使用率(单位: %)
- 图表67: 搜索引擎用户学历分布及使用率(单位: %)
- 图表68: 搜索引擎用户收入分布及使用率(单位: %)
- 图表69: PPC广告的优劣势分析
- 图表70: SEO搜索引擎优化的优劣势分析
- 图表71: 网络社区营销的优劣势分析
- 图表72: 三星论坛营销成功的主要原因
- 图表73: 不同身份特征网民的电子邮箱品牌渗透率(单位: %)
- 图表74: EDM邮件营销的优劣势分析
- 图表75: 凡客EDM邮件营销效果
- 图表76: 快时尚CPS营销分析
- 图表77: 快时尚积分营销分析
- 图表78: 快时尚DM目录营销分析
- 图表79: 快时尚线下活动营销分析

图表80: 快时尚传统媒体广告营销分析  
图表81: 中国快时尚行业消费行为特征总结  
图表82: 中国快时尚行业细分消费市场战略地位分析  
图表83: 快时尚行业细分市场结构  
图表84: 快时尚产品综合对比  
图表85: 女装概述  
图表86: 女装市场概况  
图表87: 女装企业布局  
图表88: 女装发展趋势  
图表89: 男装概述  
图表90: 男装市场概况  
图表91: 男装企业布局  
图表92: 男装发展趋势  
图表93: 内衣概述  
图表94: 内衣市场概况  
图表95: 内衣企业布局  
图表96: 内衣发展趋势  
图表97: 快时尚行业细分市场战略地位分析  
图表98: 中国快时尚行业区域发展格局分析  
图表99: 中国快时尚企业数量区域分布  
图表100: 中国快时尚产业集群发展现状  
图表101: 上海快时尚消费环境  
图表102: 上海快时尚进驻品牌  
图表103: 上海快时尚品牌布局  
图表104: 上海快时尚竞争形势  
图表105: 上海快时尚发展前景  
图表106: 上海市城镇居民人均累计可支配收入及同比增速 (单位: 元, %)  
图表107: 上海市城镇居民人均累计消费支出及同比增速 (单位: 元, %)  
图表108: 上海市城镇居民衣着累计消费支出及同比增速 (单位: 元, %)  
图表109: 上海快时尚品牌的市场布局  
图表110: 北京快时尚消费环境  
图表111: 北京快时尚进驻品牌  
图表112: 北京快时尚品牌布局  
图表113: 北京快时尚竞争形势  
图表114: 北京快时尚发展前景  
图表115: 北京市城镇居民人均累计可支配收入及同比增速 (单位: 元, %)  
图表116: 北京市城镇居民人均累计消费支出及同比增速 (单位: 万元, %)  
图表117: 北京市城镇居民衣着累计消费支出及同比增速 (单位: 元, %)  
图表118: 深圳快时尚消费环境  
图表119: 深圳快时尚进驻品牌  
图表120: 深圳快时尚品牌布局  
略 . . . 完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: [service@qianzhan.com](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!