2026-2031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 中国本体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 上海笕尚服饰有限公司——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

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！