

2017-2022年中国互联网快 时尚行业市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2017-2022年中国互联网快时尚行业市场分析与投资前景研究报告》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.chinairr.org/report/R13/R1304/201701/16-224116.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

目前为止，全球已有包括优衣库、无印良品、ZARA、GAP、Topshop、Forever21、C&A、ASOS在内的九成快时尚品牌在天猫开店。阿里巴巴中国零售事业群总裁张建锋表示，天猫会继续为消费者提供更丰富、品质更高的商品。此外，天猫还将借助阿里商家服务体系，协同阿里零售平台以及阿里妈妈、菜鸟物流等，帮助快时尚品牌加速发展。通过阿里大数据的分享和运营，快时尚品牌将精确了解市场需求，缩短更新周期，变得更快更时尚，在“互联网+”风口下爆发出更加旺盛的生命力。

报告目录 第一章 互联网快时尚行业发展前景分析1.1 互联网快时尚行业发展现状1.1.1 互联网快时尚行业发展阶段1.1.2 互联网快时尚行业兴起背景（1）互联网+国家战略的形成（2）传统产业转型升级战略（3）享受型消费经济的崛起（4）宏观经济增长方式转变1.1.3 互联网快时尚行业发展特点1.1.4 互联网快时尚行业市场规模1.1.5 互联网快时尚行业主要参与者1.2 互联网快时尚行业发展痛点1.2.1 互联网快时尚行业用户痛点1.2.2 互联网快时尚行业企业痛点1.3 互联网快时尚行业发展动因1.3.1 政策环境支持（1）互联网快时尚行业支持政策分析（2）政策对互联网快时尚行业的影响1.3.2 社会环境向好（1）M型社会消费需求导向（2）时尚消费风气的形成（3）快带中国战略的实施1.3.3 经济环境刺激（1）国民生产总值增长情况（2）居民人均收入增长情况（3）经济对互联网快时尚行业的影响1.4 互联网快时尚行业发展前景1.4.1 互联网快时尚行业成功因素分析（1）互联网快时尚行业之快（2）互联网快时尚行业之狠（3）互联网快时尚行业之准1.4.2 互联网快时尚行业发展趋势分析1.4.3 互联网快时尚行业市场规模预测 第二章 互联网快时尚行业用户群体分析2.1 互联网快时尚用户群体特征2.1.1 互联网快时尚用户群体规模2.1.2 互联网快时尚用户年龄分布2.1.3 互联网快时尚用户学历分布2.1.4 互联网快时尚用户职业分布2.1.5 互联网快时尚用户收入分布2.1.6 互联网快时尚用户城市分布2.2 互联网快时尚用户消费特点2.2.1 互联网快时尚用户购物频次2.2.2 互联网快时尚用户购物场景2.2.3 互联网快时尚用户购物金额2.2.4 互联网快时尚用户信息渠道（1）信息获取渠道（2）喜欢的报刊杂志（3）吸引的广告方式2.2.5 互联网快时尚用户购物渠道2.2.6 互联网快时尚用户支付习惯2.3 互联网快时尚用户消费偏好2.3.1 互联网快时尚用户的关注点2.3.2 互联网快时尚用户产品偏好2.3.3 互联网快时尚用户品牌偏好（1）用户忠爱的时尚品牌（2）对竞争品牌的认知（3）品牌名称联想感觉2.3.4 互联网快时尚用户价位偏好2.3.5 互联网快时尚用户优惠活动偏好2.4 互联网快时尚用户消费满意度2.4.1 互联网快时尚用户满意度影响因素2.4.2 互联网快时尚用户对产品满意度2.4.3 互联网快时尚用户对品牌满意度2.4.4 互联网快时尚用户对价格满意度2.5 互联网快时尚用户特征总结2.5.1 spass回归分析模型简析2.5.2 互联网快时尚用户spass分析 第三章 快

时尚行业的发展策略分析3.1 SPA模式的概念及价值链3.2 快时尚行业的运营模式分析3.2.1 快时尚行业的产品策略分析3.2.2 快时尚行业的管理策略分析3.2.3 快时尚行业的销售策略分析 第四章 互联网快时尚行业经营模式创新4.1 快时尚行业互联网思维分析4.1.1 痛点思维4.1.2 爆点思维4.1.3 粉丝思维4.2 快时尚行业综合商城运营模式及典型案例4.2.1 综合商城模式简介4.2.2 综合商城模式优劣势4.2.3 综合商城模式典型案例（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4.2.4 综合商城模式发展趋势及前景4.3 轻型品牌店运营模式及典型案例4.3.1 轻型品牌店模式简介4.3.2 轻型品牌店模式优劣势4.3.3 轻型品牌店模式案例——凡客（1）凡客简介（2）凡客经营规模（3）凡客营销策略（4）凡客现状分析4.4 快时尚互联网营销方式分析4.4.1 视频广告营销4.4.2 搜索引擎营销（1）受众群体（2）优缺点分析（3）营销效果4.4.3 网络社区营销（1）受众群体（2）优缺点分析（3）营销效果4.4.4 EDM邮件营销（1）受众群体（2）优缺点分析（3）营销效果4.4.5 CPS营销4.4.6 积分营销4.4.7 DM目录营销4.4.8 线下活动营销4.4.9 传统媒体广告 第五章 互联网快时尚行业典型案例分析5.1 国际快时尚品牌互联网发展分析5.1.1 国际快时尚品牌整体发展情况5.1.2 国际快时尚品牌在华发展状况5.1.3 国际快时尚品牌互联网发展分析（1）zara1）zara整体发展情况2）zara在华扩张情况3）zara产品特征分析4）zara与互联网融合策略5）zara运营模式分析（2）H&M1）H&M整体发展情况2）H&M在华扩张情况3）H&M产品特征分析4）H&M与互联网融合策略5）H&M运营模式分析（3）优衣库1）优衣库整体发展情况2）优衣库在华扩张情况3）优衣库产品特征分析4）优衣库与互联网融合策略5）优衣库运营模式分析（4）GAP1）GAP整体发展情况2）GAP在华扩张情况3）GAP产品特征分析4）GAP与互联网融合策略5）GAP运营模式分析（5）Topshop1）Topshop整体发展情况2）Topshop在华扩张情况3）Topshop产品特征分析4）Topshop与互联网融合策略5）Topshop运营模式分析（6）Forever211）Forever21整体发展情况2）Forever21在华扩张情况3）Forever21产品特征分析4）Forever21与互联网融合策略5）Forever21运营模式分析（7）UR1）UR整体发展情况2）UR在华扩张情况3）UR产品特征分析4）UR与互联网融合策略5）UR运营模式分析（8）MUJI1）MUJI整体发展情况2）MUJI在华扩张情况3）MUJI产品特征分析4）MUJI与互联网融合策略5）MUJI运营模式分析（9）C&A1）C&A整体发展情况2）C&A在华扩张情况3）C&A产品特征分析4）C&A与互联网融合策略5）C&A运营模式分析（10）LINCC1）LINCC整体发展情况2）LINCC在华扩张情况3）LINCC产品特征分析4）LINCC与互联网融合策略5）LINCC运营模式分析（11）M&S1）M&S整体发展情况2）M&S在华扩张情况3）M&S产品特征分析4）M&S与互联网融合策略5）M&S运营模式分析5.2 国内快时尚品牌互联网发展分析5.2.1 国内快时尚品牌整体发展情况5.2.2 国内快时尚品牌市场格局分

析5.2.3 国内快时尚品牌互联网发展分析（1）美特斯邦威1）美特斯邦威整体发展情况2）美特斯邦威品牌定位分析3）美特斯邦威产品特征分析4）美特斯邦威市场扩张分析5）美特斯邦威与互联网融合策略6）美特斯邦威运营模式分析（2）EMU依妙1）EMU依妙整体发展情况2）EMU依妙品牌定位分析3）EMU依妙产品特征分析4）EMU依妙市场扩张分析5）EMU依妙与互联网融合策略6）EMU依妙运营模式分析（3）凡客诚品1）凡客诚品整体发展情况2）凡客诚品品牌定位分析3）凡客诚品产品特征分析4）凡客诚品市场扩张分析5）凡客诚品与互联网融合策略6）凡客诚品运营模式分析（4）麦考林1）麦考林整体发展情况2）麦考林品牌定位分析3）麦考林产品特征分析4）麦考林市场扩张分析5）麦考林与互联网融合策略6）麦考林运营模式分析（5）韩都衣舍1）韩都衣舍整体发展情况2）韩都衣舍品牌定位分析3）韩都衣舍产品特征分析4）韩都衣舍市场扩张分析5）韩都衣舍与互联网融合策略6）韩都衣舍运营模式分析（6）37°Love1）37°Love整体发展情况2）37°Love品牌定位分析3）37°Love产品特征分析4）37°Love市场扩张分析5）37°Love与互联网融合策略6）37°Love运营模式分析 第六章 互联网快时尚行业投资机会分析6.1 互联网快时尚行业投资前景6.2 互联网快时尚行业投资热潮6.2.1 互联网快时尚行业投资方式6.2.2 互联网快时尚不同模式投资案例6.2.3 互联网快时尚细分市场投资案例（1）互联网时装行业投资案例（2）互联网首饰行业投资案例（3）互联网化妆品行业投资案例（4）互联网快时尚设计行业投资案例6.3 互联网快时尚行业投资机会6.3.1 最具投资前景的细分行业6.3.2 最具投资前景的重点区域 图表目录 图表1：互联网快时尚行业发展历程 图表2：快时尚行业的发展特点分析 图表3：主要快时尚品牌的消费群体年龄结构（单位：岁） 图表4：2014-2016年互联网快时尚行业市场规模（单位：亿元，%） 图表5：互联网快时尚行业参与者 图表6：互联网快时尚行业用户痛点总结 图表7：互联网快时尚行业企业痛点总结 图表8：互联网快时尚行业支持政策汇总 图表9：互联网快时尚行业政策影响 图表10：2014-2016年我国GDP增长变化（单位：亿元，%） 图表11：2014-2016年我国居民人均收入变化情况 图表12：2014-2016年我国奢侈品行业市场规模在GDP中的比重变化 图表13：互联网快时尚行业发展趋势汇总 图表14：2017-2022年我国互联网快时尚行业市场规模预测 图表15：互联网快时尚用户年龄分布 图表16：互联网快时尚用户学历分布 图表17：互联网快时尚用户职业分布 图表18：互联网快时尚用户收入分布 图表19：互联网快时尚用户城市分布略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1304/201701/16-224116.html>