

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

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

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>