



“中国城市居民正迅速演变为具备时尚意识的消费者，他们希望自己穿着得体并展现个性，包括穿运动服装的时候。尽管其已流行数年，运动休闲风潮预计在近几年内不会衰退。同时，如今的消费者对时尚的期待值也全方位提升，包括从质量、风格搭配到品牌价值和品牌信息。英敏特也已经注意到，线上购物平台正从购买渠道转型为综合性的时尚来源。”

— 夏月，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

其已成为供消费者收集时尚信息、寻找时尚灵感、阅读评论和最终购买的一站式场所。

- 可持续性：作为附加声明，而不是主要卖点
- 与消费者建立个人联系
- 如何解决赠送时尚礼物的痛点

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

时尚零售 - 2019年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

不包括

综述

市场

公司与品牌

消费者

数据1: 购买过的时尚产品, 2019年8月

综合购物网站位居榜首

数据2: 购买渠道, 2019年8月

质量比风格 and 价格更受重视

数据3: 购买前消费者做过的事情, 2019年8月

高端时尚品牌受到快时尚和奢侈品牌的挤压

数据4: 对应分析——品牌形象, 2019年8月

消费者从购买渠道寻找时尚灵感

数据5: 时尚灵感来源, 2019年8月

约三分之一的被访者属于“时尚狂热粉”

数据6: 对时尚和时尚产品的狂热, 2019年8月

我们的观点

议题与洞察

可持续性: 作为附加声明, 而不是主要卖点

现状

启示

与消费者建立个人联系

现状

启示

如何解决赠送时尚礼物的痛点

现状

启示

市场——您所需要了解的

市场稳健增长

有利的宏观和微观因素

服装类胜出

市场规模与预测

引言

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

时尚零售 - 2019年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据7: 时尚零售市场总销售额预测 (最好和最差情形)，中国，2014-2024年

市场因素

可支配收入持续增长

数据8: 人均实际可支配收入和人均消费支出增速 (按中国城市和农村区分)，2017年第一季度——2019年第三季度

较低线级城市的机遇

人均衣着消费支出稳定

数据9: 人均衣着消费支出的年同比增速，2015年-2019年第三季度

穿着得体至关重要

数据10: 对穿着的态度，2019年8月

市场细分

服装

鞋类

配饰

重点企业——您需要了解的

快时尚经历了波动

让产品和购物体验为品牌代言

当文化遇见时尚

市场份额

高度分化的市场

数据11: 市场份额，2019年11月

运动品牌仍占据领先地位

快时尚品牌面临挑战

数据12: ZARA的edited个性定制系列，2019年10月

奢侈品牌业绩亮眼

竞争策略

释放小众消费者的潜力

数据13: ASOS首页上的服装标签，2019年10月

品牌必须提高自己的声音

用终身保修赢得信任

谁在创新？

材料故事

碳中和鞋底

数据14: Allbirds 甜泡沫专利 (SweetFoam™) 介绍

清洗、悬挂、穿着

数据15: 埃梅内吉尔多杰尼亚的高科技美利奴羊毛 (TECHMERINO™) 系列

《英雄联盟》和路易威登

数据16: 路易威登为齐亚娜 (Qiyana) 设计的至臻皮肤，2019年11月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

时尚零售 - 2019年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

刺绣文化进入快时尚

H&M携手本土设计师

数据17: H&M x 陈安琪, 2019年11月

快时尚遇见少数民族

数据18: 优衣库和苗绣, 2019年11月

消费者——您所需要了解的

女性购买得更多，尤其是包袋和时尚配饰

奥特莱斯在男性和高收入者中有巨大潜力

较年轻的消费者追逐潮流

任何品牌类型都未能与社会道德/责任和真诚密切挂钩

高收入者从时装周发布会和代购那获得灵感

新形式和服务模式被广泛接受

购买过的时尚产品

运动休闲风依然盛行

数据19: 购买过的时尚产品——为自己买过, 2019年8月

配饰是女性最好的朋友

数据20: 购买过的时尚产品——为自己买过 (按性别区分), 2019年8月

中国父母尚未准备好为孩子购买时尚配饰

数据21: 购买过的时尚产品——为小孩子买过, 2019年8月

为伴侣购买时尚产品很常见

数据22: 购买过的时尚产品——为异性成人买过 (按性别区分), 2019年8月

数据23: 购买过的男士时尚产品 (按性别区分), 2019年8月

数据24: 购买过的女士时尚产品 (按性别区分), 2019年8月

母亲为孩子打理外表

数据25: 购买过的时尚产品——为小孩子买过, 2019年8月

在一线城市，正装更必不可少

数据26: 购买过的时尚产品——为自己买过和为异性成人买过 (按城市线级区分), 2019年8月

时尚配饰在各线级城市的消费习惯不同

数据27: 购买过的时尚产品——时尚配饰 (按城市线级区分), 2019年8月

帮助较年轻的消费者探索他们的风格

数据28: 购买过的时尚产品——为自己买过 (按代际区分), 2019年8月

数据29: 购买过的时尚产品——为异性成人买过 (按代际区分), 2019年8月

购买渠道

综合购物网站是首选

数据30: 购买渠道, 2019年8月

男性受物美价廉吸引

数据31: 购买渠道 (按性别区分), 2019年8月

品牌对年轻人来说意味着更多

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

时尚零售 - 2019年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据32: 购买渠道 (按代际区分), 2019年8月

高收入者喜欢在奥特莱斯购物以及利用海外渠道

数据33: 购买渠道 (按个人月收入区分), 2019年8月

决策过程

找到合适的时尚产品是首要考虑

数据34: 购买前消费者做过的事情, 2019年8月

全渠道战略已初见成效

女性关心风格搭配

数据35: 购买前消费者做过的事情 (按性别区分), 2019年8月

年轻一代相信同龄人和专业人士

数据36: 购买前消费者做过的事情 (按代际区分), 2019年8月

低收入者的决策过程更直接

数据37: 购买前消费者做过的事情 (按个人月收入区分), 2019年8月

品牌形象

快时尚依然流行

数据38: 对应分析——品牌形象, 2019年8月

数据39: 对应分析——品牌形象, 2019年8月

高端时尚品牌的扩张之路不明朗

令人向往的奢侈品牌稳坐头把交椅

社会道德/责任与任何品牌类型的关联性都不强

从哪获得时尚灵感

线上购物平台的影响力不仅限于购买产品

数据40: 时尚灵感来源, 2019年8月

品牌官方账号值得投资

数据41: 时尚灵感来源——TURF分析 (累积无重复到达率和频次分析), 2019年8月

女性更青睐明星和时尚专业资源

数据42: 时尚灵感来源 (按性别区分), 2019年8月

社交媒体对90后至至关重要

数据43: 时尚灵感来源 (按代际区分), 2019年8月

低收入消费者对时尚潮流的敏感度较低

数据44: 时尚灵感来源 (按个人月收入区分), 2019年8月

对时尚的态度

通过穿着体面表达个性

数据45: 对穿着的态度, 2019年8月

运动休闲风格仍有增长空间

数据46: 对休闲装和运动服装的态度, 2019年8月

有兴趣尝试新形式和新服务模式

数据47: 对新形式和新服务模式的态度, 2019年8月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

时尚零售 - 2019年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

对时尚热情高涨

数据48: 对时尚和时尚产品的狂热, 2019年8月

时尚狂热粉vs普通消费者

从官方和海外渠道购买得更多

数据49: 购买渠道 (按时尚狂热粉vs普通消费者区分), 2019年8月

更在意除了价格以外的方方面面

数据50: 购买前消费者做过的事情, 2019年8月

社交媒体达人

数据51: 时尚灵感来源 (按时尚狂热粉 vs 普通消费者区分), 2019年8月

认识英敏特城市精英人群

时尚、搭配和评价最重要

数据52: 购买前消费者做过的事情 (按消费者分类区分), 2019年8月

想要获得一手信息

数据53: 时尚灵感来源 (按代际区分), 2019年8月

更了解时尚趋势并迅速跟风

数据54: 对时尚的态度 (按消费者分类区分), 2019年8月

附录——市场规模与预测

数据55: 时尚零售销售额

附录——市场细分

数据56: 时尚零售市场销售额 (按市场细分区分), 中国, 2014-2019年

附录——研究方法与缩写

研究方法

扇形图预测

对应分析

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@intel.com