

2022-2028年中国服装电商 行业分析与市场调查预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国服装电商行业分析与市场调查预测报告》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.cction.com/report/202202/268102.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2018年中国限额以上服装类商品零售额累计增长8.5%，增速较2017年提高0.5%。限额以上服装零售延续了2017年以来的增速加快趋势。2018年1-12月服装行业规模以上企业累计实现主营业务收入107106.6亿元，同比增长4.1%，利润总额1006.8亿元，同比增长10.8%。截至2019年上半年，服装类商品零售额达到4749.7亿元。2010-2019年H1中国服装类商品零售额及增长走势中国城镇消费者月均购买服装费用情况 中企顾问网发布的《2022-2028年中国服装电商行业分析与市场调查预测报告》共十五章。首先介绍了中国服装电商行业市场发展环境、服装电商整体运行态势等，接着分析了中国服装电商行业市场运行的现状，然后介绍了服装电商市场竞争格局。随后，报告对服装电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国服装电商行业发展趋势与投资预测。您若想对服装电商产业有个系统的了解或者想投资中国服装电商行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 本研究报告数据主要采用国家统计局，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。 报告目录：第一章中国服装电商行业发展环境分析第一节政策环境分析一、促进信息消费拓展电子商务发展空间二、实施支持跨境电子商务零售出口有关政策三、电子商务行业“十三五”规划第二节经济环境分析一、全球经济发展形势二、全球经济环境对中国的影响三、中国宏观经济发展现状四、中国宏观经济发展趋势第三节社会环境分析一、人口环境分析二、收入及消费水平三、居民恩格尔系数四、网购的普及化第四节技术环境一、网络技术二、Web浏览技术三、安全技术四、数据库技术五、电子支付技术 第二章国际服装电商所属行业发展分析及经验借鉴第一节全球服装电商所属行业市场总体情况分析一、全球服装电商行业的发展特点二、全球服装电商市场结构三、全球服装电商行业发展分析四、全球服装电商行业竞争格局五、全球服装电商市场区域分布第二节美国服装电商所属行业发展经验借鉴一、美国服装电商行业发展历程分析二、美国服装电商行业运营模式分析三、美国服装电商行业发展趋势预测四、美国服装电商行业对中国的启示第三节日本服装电商所属行业发展经验借鉴一、日本服装电商行业发展历程分析二、日本服装电商行业运营模式分析三、日本服装电商行业发展趋势预测四、日本服装电商行业对中国的启示 第三章服装电商相关产业分析第一节服装行业一、产业现状分析二、投资规模状况三、行业投资机会四、进入与退出壁垒五、发展前景分析第二节电子商务行业一、市场规模状况二、行业发展特点三、市场格局分析四、发展前景分析五、发展趋势分析第三节物流行业一、物流行业规模二、电商物流现状三、转型升级态势四、竞争热点分析五、电商物流模式第四节第三方支付行业一、行业规模状况二、行业结构简析三、发展趋势分析 第四章服装电商市场消费分析第一节服装电商市场消

费总体分析一、服装行业消费状况二、消费者变化特征三、消费者年龄层次四、消费者区域格局五、新老用户的贡献率

第二节服装电商消费者行为分析一、消费关注因素分析二、购买渠道的选择三、消费品类分析

第五章中国服装电商市场现状分析第一节中国服装电商市场发展概况一、服装电商发展历程二、服装在电子商务行业的地位三、服装网购规模状况2015-2019年中国服装电商市场规模走势预测四、服装电商渗透率现状

第二节服装电商区域格局分析一、浙江宁波二、广东三、河南

第三节中国服装电商存在的问题分析一、地区分布不均衡二、新旧模式处于磨合期三、面临安全隐患四、物流配送系统落后

第四节中国服装电商发展建议一、加快基础设施建设二、建立相应的政策法规三、健全物流管理系统四、扩大新运营模式的地区分布

第六章中国服装专业市场电子商务分析第一节中国服装专业市场电子商务综析一、开展电商的目的二、电商发展态势三、电商交易规模四、电商渗透率五、发展成效状况

第二节中国服装专业市场电商模式分析一、电商模式介绍二、商户电商运营方式三、商户开展电商途径

第三节中国服装专业市场电子商务发展分析一、杭州四季青服装城二、常熟服装城三、广州服装专业市场四、虎门服装专业市场

第七章服装电商移动市场分析第一节服装电商移动市场发展概况一、移动电商规模状况分析二、服装移动电子商务发展态势三、服装移动电商规模现状四、服装移动电子商务发展前景分析

第二节主要服装电商移动市场形态现状分析一、微信服装电商现状二、APP服装电商推广现状三、小程序服装电商现状

第八章服装细分产品电子商务发展现状分析第一节女装一、女装电商发展态势二、女装网购价位格局三、女装电商平台格局四、女装电商渠道开拓模式五、主要电商平台销售规模

第二节男装一、男装电商市场特征二、男装电商平台分布三、男装主要网络品牌四、男装电商进入机会

第三节内衣一、内衣电子商务市场发展现状二、内衣电子商务渠道市场份额三、主要电商平台内衣销售状况四、内衣电商品牌经验借鉴

第四节运动服装一、运动服电商市场特点二、运动服电商渠道模式三、运动服电商市场渗透状况

第九章服装电商商业模式分析第一节B2C一、市场规模二、市场份额三、运营模式四、典型垂直网站

第二节C2C一、市场规模二、发展态势三、竞争状况

第三节B2B一、发展现状二、主要平台介绍三、渠道竞争分析四、存在的问题

第四节O2O一、线下品牌O2O现状二、O2O建立的影响三、O2O的建立步骤四、O2O面临的挑战五、发展前景预测

第十章服装企业电子商务渠道开展分析第一节服装企业运用电商的优缺点分析一、优点分析二、缺点分析

第二节电子商务对服装企业的影响分析一、改变企业的经营环境二、改变企业的管理模式三、改变经营运作手段

第三节服装企业电子商务成本分析一、系统构建成本二、技术支持成本三、运营管理成本四、安全成本五、风险成本六、其他成本和费用

第四节服装企业电子商务效益分析一、直接效益二、间接效益三、潜在效益

第五节中小服装企业建立电子商务网站探析一、进入需考虑的因素二、受制因素分析三、电子商务开展思路四、遵循的原则

第六节传统服装企业电子商务化分析一、传统服装

企业开展电子商务的优势二、传统服装企业进入电商的渠道三、传统服装企业电商运营模式分析四、传统服饰品牌电子商务案例情况第七节服装企业电商的应用原则分析一、要确立“商务为本”思想二、加速服装企业内部的信息信息化建设三、大企业上下游企业具有吸引力 第十一章服装电商市场竞争与营销分析第一节服装电商市场竞争现状一、电商行业竞争特点二、电商可提高服装企业竞争力三、服装电商竞争重点四、网络服装品牌的差异化竞争第二节主流电商平台跨界涉足服装业务一、服装是电商品类拓展的切入口二、卓越亚马逊三、聚美优品四、京东商城五、当当网第三节传统服装企业电商竞争策略一、品牌二、新型运营模式三、差异化道路第四节服装电商营销变化特征一、注重用户体验二、注重品牌化落地发展三、营销定位的变化第五节服装电商营销模式分析一、会员营销模式二、搜索引擎营销模式三、社会化媒体营销模式四、新闻事件营销模式五、软文营销模式 第十二章中国主要服装电商平台运营分析第一节服装电商运营平台类型一、制造商类平台二、销售商平台三、第三方平台四、辅助类平台五、运营平台对比分析第二节淘宝网一、基本介绍二、交易规模三、用户规模四、主要用户五、主要产品第三节天猫一、基本介绍二、特有优势三、交易规模四、发展战略第四节梦芭莎一、基本介绍二、用户规模三、商业模式四、发展动态五、成功经验第五节唯品会一、基本介绍二、发展现状三、用户规模四、销售模式五、竞争策略分析第六节凡客一、基本介绍二、产品与服务三、推广模式四、战略调整 第十三章中国服装电商行业经营企业分析第一节阿里巴巴（中国）网络技术有限公司一、企业基本概况二、企业产品结构分析三、企业服装电商经营状况分析四、企业电子电子商务发展战略分析第二节北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司一、企业基本概况二、企业产品结构分析三、企业服装电商经营状况分析四、企业电子电子商务发展战略分析第三节广州唯品会信息科技有限公司一、企业基本概况二、企业产品结构分析三、企业服装电商经营状况分析四、企业电子电子商务发展战略分析第四节麦考林电子商务（上海）有限公司一、企业基本概况二、企业产品结构分析三、企业服装电商经营状况分析四、企业电子电子商务发展战略分析第五节朗姿股份有限公司一、企业基本概况二、企业产品结构分析三、企业服装电商经营状况分析四、企业电子电子商务发展战略分析第六节海澜之家股份有限公司一、企业基本概况二、企业产品结构分析三、企业服装电商经营状况分析四、企业电子电子商务发展战略分析第七节珠海威丝曼股份有限公司一、企业基本概况二、企业产品结构分析三、企业服装电商经营状况分析四、企业电子电子商务发展战略分析第八节宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司一、企业基本概况二、企业产品结构分析三、企业服装电商经营状况分析四、企业电子电子商务发展战略分析第九节雅戈尔集团股份有限公司一、企业基本概况二、企业产品结构分析三、企业服装电商经营状况分析四、企业电子电子商务发展战略分析第十节报喜鸟控股股份有限公司一、企业基本概况二、企业产品结构分析三、企业服装电商经营状况分析四、企业电子电子

商务发展战略分析 第十四章2022-2028年服装电商行业前景及趋势预测第一节2022-2028年服装电商市场发展前景一、2022-2028年服装电商市场发展潜力二、2022-2028年服装电商市场发展前景展望三、2022-2028年服装电商细分行业发展前景分析1、女装2、童装3、男装第二节2022-2028年服装电商市场发展趋势预测一、2022-2028年服装电商行业发展趋势1、线上线下的无缝衔接将成为新的消费趋势2、网红孵化器行业级网红相继涌现3、童装需求增加，运动服饰预计将继续领跑4、智能服装或成关键风口二、2022-2028年服装电商市场规模预测1、服装电商行业市场容量预测2、服装电商行业交易总额预测3、服装电商行业平台数量预测4、服装电商市场销量预测三、2022-2028年服装电商行业应用趋势预测四、2022-2028年细分市场发展趋势预测 第十五章2022-2028年服装电商行业投资价值评估与风险防范分析第一节服装电商行业投资特性分析（一）一、服装电商行业进入壁垒分析二、服装电商行业盈利因素分析三、服装电商行业盈利模式分析第二节2022-2028年服装电商行业投资机会一、产业链投资机会二、细分市场投资机会三、重点区域投资机会四、服装电商行业投资机遇第三节2022-2028年服装电商行业投资风险及防范一、政策风险及防范二、技术风险及防范三、供求风险及防范四、宏观经济波动风险及防范五、关联产业风险及防范六、产品结构风险及防范七、其他风险及防范第四节中国服装电商行业投资建议一、服装电商行业未来发展方向二、服装电商行业主要投资建议三、中国服装电商企业融资分析1、中国服装电商企业IPO融资分析2、中国服装电商企业再融资分析（一）图表目录：图表：服装电商行业生命周期图表：服装电商行业产业链结构图表：2015-2019年中国服装电商行业盈利能力分析图表：2015-2019年中国服装电商行业运营能力分析图表：2015-2019年中国服装电商行业偿债能力分析图表：2015-2019年中国服装电商行业发展能力分析图表：2015-2019年中国服装电商行业经营效益分析图表：2015-2019年服装电商行业利润总额分布图表：2015-2019年服装电商行业从业人员分布图表：2015-2019年服装电商行业销售收入分布图表：2015-2019年服装电商行业资产总额分布图表：2015-2019年服装电商行业企业数量分布图表：2015-2019年中国服装电商行业市场规模图表：2015-2019年服装电商行业销售收入图表：2015-2019年服装电商行业利润总额图表：2015-2019年服装电商行业需求分析图表：2015-2019年服装电商行业集中度图表：2022-2028年服装电商行业市场规模预测图表：2022-2028年服装电商行业销售收入预测图表：2022-2028年服装电商行业销量预测更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/268102.html>