

2022-2028年中国服装网络 零售市场深度分析与投资前景评估报告

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年中国服装网络零售市场深度分析与投资前景评估报告》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/202203/278474.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

2019年1-12月，我国服装行业规模以上企业累计完成服装产量244.72亿件，同比增长3.28%。

从行业内销规模来看，2014-2019年，我国服装零售额整体呈波动变化的情况。2019年1-12月，社会消费品零售总额411649亿元，同比增长8.0%。其中，限额以上单位服装类商品零售额累计9778.1亿元，同比增长2.6%。

2019年，全国实物商品网上零售额85239.5亿元;其中在实物商品网上零售额中，穿类商品同比增长15.4%。

2019年，行业运行整体承压。2019年1-12月，服装行业规模以上企业累计实现营业收入16010.33亿元，同比下降3.45%;利润总额872.83亿元，同比下降9.75%;营业收入利润率为5.45%，比2018年同期下降0.38个百分点;毛利率15.04%，比2018年同期提升0.21个百分点;三费比例为8.91%，比2018年同期上升0.20个百分点。中国服装零售市场的市场推动因素

1

可支配收入 加

可支配收入整体上升使市民生活水平持续改善及消费升级，尤其在中国内地。现时，更多市民借时尚表达其个人及生活方式，中端及高端服装市场相对大众化市场更能满足这些需求。

2

电子商贸业务兴旺

中国内地电子商贸业务兴旺为服装零售业开拓全新销售渠道。此流行的业务模式结合网上销售渠道与实体商店，促进顾客的购物体验，并方便顾客购买本地及国际产品。

3

健康意识提高

现代中国内地居民愈加注意健康生活方式，因此愈来愈多人参与体育活动、健身及运动以保持强壮及健康。举例而言，根据2014颁布的《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，于中国内地，经常参与体育运动的人数预期至2025的5亿人，而根据《体育发展「十三五」规划》，体育行业之总输出将由2014人民币1.4万亿至2020超过人民币3.0万亿。运动在中国内地愈趋盛行进一步刺激运动服装、运动休闲服装及运动时装零售市场的发展。专业运动员寻求具备卓越功能及特点的运动服装品牌;至于运动休闲服装或运动时装则让大众装扮舒适自在，同时展示健康生活的正面态度。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国服装网络零售市场深度分析与投资前景评估报告》

共十三章。首先介绍了中国服装网络零售行业市场发展环境、服装网络零售整体运行态势等，接着分析了中国服装网络零售行业市场运行的现状，然后介绍了服装网络零售市场竞争格局。随后，报告对服装网络零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国服装网络零售行业发展趋势与投资预测。您若想对服装网络零售产业有个系统的了解或者想投资中国服装网络零售行业，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数据，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：

第一部分 产业环境透视

第一章 服装网络零售行业相关概述

第一节 服装网络零售行业的概念

一、服装网络零售行业的定义

二、服装网络零售行业的特点

三、服装网络零售行业的分类

四、我国服装网络零售行业商业模式分析

第二节 服装网络零售行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、服装网络零售行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 服装网络零售行业市场特征分析

一、市场规模

二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际市场

五、主要竞争因素

六、生命周期

第四节 行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

- 三、与上下游行业之间的关联性
- 四、行业产业链上游相关行业分析
- 五、行业下游产业链相关行业分析
- 六、上下游行业影响及风险提示

第二章 2019年服装网络零售行业发展环境分析

第一节 2019年中国经济发展环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析

第二节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、服装网络零售行业产业发展对社会发展的影响

第三节 中国服装网络零售行业政策环境分析

- 一、服装网络零售行业监管管理体制
- 二、服装网络零售行业相关政策分析
- 三、上下游产业政策影响

第四节 中国服装网络零售行业技术环境分析

- 一、服装网络零售行业技术发展概况
- 二、服装网络零售行业技术发展现状

第二部分 市场全景调研

第三章 全球服装网络零售行业发展分析

第一节 美国服装网络零售市场

- 一、美国服装网络零售发展现状
- 二、美国服装网络零售市场分析

第二节 日本服装网络零售市场

- 一、日本服装网络零售发展现状

二、日本服装网络零售市场分析

第三节 欧洲服装网络零售市场

一、欧洲服装网络零售发展现状

二、欧洲服装网络零售市场分析

第四章 我国服装网络零售所属行业运行现状分析

第一节 我国服装网络零售所属行业发展状况分析

一、我国服装网络零售行业发展阶段

二、我国服装网络零售行业发展总体概况

2019年3月女装网络零售TOP10品牌分别是：优衣库、CHINSTUDIO、VEROMODA、ZARA、ONLY、UR、韩都衣舍、太平鸟、JUPEVENDUE、伊芙丽。其中，优衣库品牌女装市场占比最大，3月其网络零售市场份额占比达到0.6%。其次，CHINSTUDIO品牌女装则位居第二，占比为0.5%。2019年3月女装网络零售额TOP10品牌

2019年3月男装网络零售TOP10品牌分别是：花花公子、南极人、PLOVER、初策、优衣库、梵匡、观慕、独续、吉普、马克华菲。其中，花花公子品牌男装最受消费者青睐，其网络零售市场份额占比达到8.6%，遥遥领先于其他男装品牌。其次，南极人品牌男装则位居第二，占比为1.9%。2019年3月男装网络零售TOP10品牌

三、我国服装网络零售行业发展特点分析

四、我国服装网络零售行业商业模式分析

第二节 2015-2019年服装网络零售行业发展现状

一、2015-2019年我国服装网络零售行业市场规模

二、2015-2019年我国服装网络零售行业发展分析

三、2015-2019年中国服装网络零售行业企业发展分析

第三节 2015-2019年服装网络零售行业市场情况分析

一、2015-2019年中国服装网络零售行业市场总体概况

二、2015-2019年中国服装网络零售行业业务活动分析

三、2015-2019年中国服装网络零售行业存在问题分析

第四节 2015-2019年服装网络零售行业市场化运作分析

一、服装网络零售行业市场化运作的基础条件

二、服装网络零售行业的市场化运作的必然性

三、服装网络零售行业市场化的对策建议

第五节 我国服装网络零售所属行业整体运行分析

- 一、中国服装网络零售行业总体规模分析
- 二、中国服装网络零售行业经营规模分析
- 三、中国服装网络零售行业经营情况分析

第五章 服装网络零售行业关联行业情况

第一节 上游行业

- 一、上游行业发展分析
- 二、上游行业技术发展
- 三、上游行业市场占比
- 四、上游行业发展趋势

第二节 中游环节

- 一、中游环节发展分析
- 二、中游环节技术发展
- 三、中游环节市场占比
- 四、中游环节发展趋势

第三节 下游行业

- 一、下游行业发展分析
- 二、下游行业技术发展
- 三、下游行业市场占比
- 四、下游行业发展趋势

第六章 服装网络零售行业产业重点地区比较分析

第一节 长三角地区服装网络零售发展

- 一、长三角地区服装网络零售发展环境
- 二、长三角地区服装网络零售发展现状
- 三、长三角地区服装网络零售竞争格局

第二节 珠三角地区服装网络零售发展

- 一、珠三角地区服装网络零售发展环境
- 二、珠三角地区服装网络零售发展现状
- 三、珠三角地区服装网络零售竞争格局

第三节 环渤海地区服装网络零售发展

- 一、环渤海地区服装网络零售发展环境

二、环渤海地区服装网络零售发展现状

三、环渤海地区服装网络零售竞争格局

第三部分 竞争格局分析

第七章 服装网络零售行业竞争格局分析

第一节 服装网络零售行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 服装网络零售行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 服装网络零售行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第八章 服装网络零售行业企业竞争策略分析

第一节 服装网络零售行业市场竞争策略分析

一、2019年服装网络零售行业市场增长潜力分析

二、2019年服装网络零售行业主要潜力品种分析

三、现有服装网络零售行业产品竞争策略分析

四、典型企业产品竞争策略分析

第二节 服装网络零售行业竞争策略分析

一、2022-2028年服装网络零售行业竞争策略分析

二、2022-2028年服装网络零售企业竞争策略分析

第九章 主要服装网络零售行业企业竞争分析

第一节 天猫

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第二节 美丽说

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第三节 京东

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第四节 凡客诚品

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第五节 爱衣尚

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第六节 品牌女装网

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第七节 中国服装网

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第八节 1688批发网

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第四部分 产业动态分析

第十章 服装网络零售行业发展趋势分析

第一节 2020年发展环境展望

- 一、2020年宏观经济形势展望
- 二、2019年政策走势
- 三、2020年国际宏观经济走势展望

第二节 2019年服装网络零售行业发展趋势分析

- 一、2019年技术发展趋势分析
- 二、2019年产品发展趋势分析
- 三、2020年服装网络零售行业竞争格局展望
- 四、服装网络零售行业产品应用领域发展趋势

第三节 2022-2028年中国服装网络零售行业市场趋势分析

- 一、2015-2019年服装网络零售市场趋势总结
- 二、2022-2028年服装网络零售发展趋势分析
- 三、2022-2028年服装网络零售市场发展空间
- 四、服装网络零售行业发展驱动因素分析

第十一章 未来服装网络零售行业发展预测

第一节 未来服装网络零售需求与消费预测

- 一、2022-2028年服装网络零售产品消费预测
- 二、2022-2028年服装网络零售市场规模预测

第二节 2022-2028年中国服装网络零售行业供需预测

一、2022-2028年中国服装网络零售供需平衡预测

二、2022-2028年中国服装网络零售产品价格预测

第三节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

第五部分 发展战略研究

第十二章 服装网络零售行业投资机会与风险

第一节 服装网络零售行业投资效益分析

一、2015-2019年服装网络零售行业投资状况分析

二、2022-2028年服装网络零售行业投资效益分析

三、2022-2028年服装网络零售行业的投资方向

四、2022-2028年服装网络零售行业投资的建议

五、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响服装网络零售行业服装网络零售行业发展的主要因素

一、2022-2028年影响服装网络零售行业运行的有利因素分析

二、2022-2028年影响服装网络零售行业运行的不利因素分析

三、2022-2028年我国服装网络零售行业发展面临的挑战分析

四、2022-2028年我国服装网络零售行业发展面临的机遇分析

第三节 中国服装网络零售行业存在的问题及对策

一、中国服装网络零售行业存在的问题

二、服装网络零售行业发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

第四节 服装网络零售行业投资风险及控制策略分析

一、2022-2028年服装网络零售行业市场风险及控制策略

二、2022-2028年服装网络零售行业政策风险及控制策略

三、2022-2028年服装网络零售行业经营风险及控制策略

四、2022-2028年服装网络零售行业技术风险及控制策略

五、2022-2028年服装网络零售行业同业竞争风险及控制策略

六、2022-2028年服装网络零售行业其他风险及控制策略

第十三章 服装网络零售行业投资战略研究（）

第一节 服装网络零售行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 服装网络零售企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展需要

第三节 对我国服装网络零售行业品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、服装网络零售行业实施品牌战略的意义

三、服装网络零售行业企业品牌的现状分析

四、我国服装网络零售行业企业的品牌战略

五、服装网络零售行业品牌战略管理的策略

第四节 服装网络零售行业投资战略研究（）

一、2019年服装网络零售行业投资战略研究

二、2022-2028年服装网络零售行业投资形势

三、2022-2028年服装网络零售行业投资战略

四、2022-2028年服装网络零售行业发展战略

图表目录

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015-2019年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015-2019年中国GDP增长率分析（%）

图表：国内外知名机构对2019年中国GDP增速预测

图表：服装网络零售产业链结构示意图

图表：服装网络零售产业成长周期示意图

图表：2015-2019年中国服装网络零售产量及其增速走势图

图表：2015-2019年中国服装网络零售消费量及其增速走势图

图表：2015-2019年中国服装网络零售市场规模及其增速走势图

图表：2015-2019年中国服装网络零售市场价格走势图

图表：2022-2028年中国服装网络零售产量及消费量预测

图表：2022-2028年中国服装网络零售市场价格走势预测

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/278474.html>