

2026-2031年中国服装O2O行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

服装的行业发展的越来越广，竞争也自然越来越大，传统的市场，都是通过实体店进行营销来盈利，然而服装O2O开发模式更为全面，更多的人在购买衣服的时候喜欢在实体店试穿，然后线上去购买，这样比较实惠。

对服装行业而言，互联网和智能技术实际上是嵌套在一起的整体，因为服装智能制造技术也需要融合互联网相关技术，例如大数据、互联网远程监控、互联网即时数据传输等技术融合，而这些技术融合之后而生成服装智能化、信息化服装生产整体方案，已经被不少一线服装企业逐渐采用，也被行业公认为服装企业的未来必经之路。随着互联网+模式在不少服装品牌的应用中也取得了不少成功的先例，也证明了互联网给传统服装行业提供了一种新的商业运作模式，服装行业对互联网+模式的充分应用是必然的趋势。

近年来，随着互联网的迅速发展，O2O这种新型的商业模式逐渐被许多商家青睐。通俗地说，O2O就是线下商务与互联网相结合，门店体验与平台购物一体化，为传统企业开辟新的市场渠道，使传统企业能够更好地融入信息时代。服装行业各大品牌接连进军O2O，服装行业的O2O时代正式开启。可以说，这一时代的开启，意味着传统的线下服装品牌将受到猛烈冲击。然而，虽然各大服装企业陆续实行O2O模式，传统服装行业的固有模式还是没能彻底改变，服装行业的痛点依然存在。直到今天服装行业还没有一个成熟的O2O体系。这就意味着我国服装O2O行业发展仍处于摸索阶段，正逐步成长，发展机遇很大。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国连锁经营协会、中国服装协会、服装行业网站、中国服装产业网、服装工业网、中国服装行业网、51行业报告网、中国海关总署全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国服装O2O行业及各子行业的发

展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国服装O2O行业发展状况和特点，以及中国服装O2O行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球服装O2O行业发展态势作了详细分析，并对服装O2O行业进行了趋向研判，是服装O2O生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前服装O2O行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分行业发展综述

第一章 O2O发展概述

第一节 O2O的相关概述

- 一、O2O的基本概念
- 二、O2O模式的发展
- 三、O2O营销的特点
- 四、O2O的优势分析
- 五、O2O模式的多元化

第二节 O2O营销模式分析

- 一、O2O的广场模式
- 二、O2O的代理模式
- 三、O2O的商城模式

第三节 O2O营销主要方式

- 一、体验营销
- 二、直复营销
- 三、情感营销
- 四、数据库营销

第四节 服装O2O行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

三、行业产业链上游发展现状及影响分析

四、行业产业链下游发展现状及影响分析

第二章 中国服装O2O行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、全球宏观经济环境

二、国家宏观经济环境

三、经济环境对行业发展的影响

第二节 社会环境分析

一、行业社会环境

二、网民用户分析

三、社会环境对行业的影响

第三节 政策环境分析

一、行业政策法规

二、行业监管体制

三、行业政策规划

第四节 技术环境分析

一、信息技术水平分析

二、客户端软件分析

三、技术发展趋势分析

第二部分 行业深度分析

第三章 中国服装O2O行业运行现状分析

第一节 我国服装O2O行业发展状况分析

- 一、我国服装O2O行业发展历程和阶段
- 二、我国服装O2O行业发展概况及特点
- 三、我国服装O2O行业发展存在的问题及对策

第二节 2021-2026年服装O2O行业运行现状分析

- 一、我国服装O2O行业资产规模分析
- 二、我国服装O2O行业市场规模分析
- 三、中国服装O2O行业市场发展特点

第三节 2021-2026年服装O2O市场经营情况分析

- 一、中国服装O2O行业交易总额分析
- 二、中国服装O2O行业订单量分析
- 三、中国服装O2O行业利润总额分析

第四节 2021-2026年中国服装O2O行业企业分析

- 一、企业数量变化分析分析
- 二、不同规模企业结构分析
- 三、网络平台数量分析
- 四、从业人员数量分析

第五节 2021-2026年中国服装O2O行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业营运能力分析

三、行业偿债能力分析

四、行业发展能力分析

第四章 中国服装O2O消费者分析

第一节 消费者人群分析

一、消费者年龄结构

二、消费者性别比例

三、消费者收入水平分析

第二节 消费者需求特点分析

一、配送准时率

二、产品质量要求

三、产品种类要求

第三节 消费者行为影响因素分析

一、品牌知名度

二、产品价格

三、产品品质

四、售后服务

第五章 服装O2O模式的发展及主要类型

第一节 导流类O2O模式

一、团购

二、导航

三、APP入口

四、单品爆款

第二节 整合类O2O模式

一、线上线下整合

二、电子商务化

三、统一云收银

四、全渠道零售

第三节 体验类O2O模式

一、免费Wi-Fi

二、社区店

三、生活方式

四、1小时急达

第四节 定制类O2O模式

一、产品定制

二、按月订购

三、私人定制

四、众包定制

第五节 社交类O2O模式

一、社交矩阵

二、全民营销

三、粉丝自媒体

四、口碑点评

第六节 平台类O2O模式

一、通用积分平台

二、优惠券平台

三、价值链平台

四、开放平台

第六章 服装行业O2O商业设计及实施方案

第一节 服装行业O2O设计核心

一、服装O2O设计核心策略

二、服装O2O设计核心特点

三、服装O2O设计核心趋势

四、服装O2O设计核心范围

第二节 服装行业O2O蓝图规划

一、服装O2O业务蓝图规划

二、服装O2O技术蓝图规划

三、服装O2O平台方向规划

四、服装O2O蓝图突出要点

第三节 服装行业O2O设计要点

一、服装O2O模式产品设计

二、服装O2O模式服务设计

三、服装O2O模式交互设计

四、服装O2O模式全渠道设计

五、服装O2O模式体验店设计

六、服装O2O模式促销体验设计

第四节 服装行业O2O模式实施方案

一、电子商务化阶段

二、精细化运营阶段

三、客户体验阶段

四、口碑推荐阶段

五、开放平台阶段

第三部分 行业竞争格局

第七章 服装O2O行业区域市场分析

第一节 中国服装O2O重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

第二节 服装O2O区域市场分析

一、东北地区

1、服装O2O企业数量分析

2、服装O2O交易额分析

3、服装O2O订单量分析

4、服装O2O消费主力分析

5、服装O2O发展趋势分析

二、华北地区

1、服装O2O企业数量分析

2、服装O2O交易额分析

3、服装O2O订单量分析

4、服装O2O消费主力分析

5、服装O2O发展趋势分析

三、华东地区

1、服装O2O企业数量分析

2、服装O2O交易额分析

3、服装O2O订单量分析

4、服装O2O消费主力分析

5、服装O2O发展趋势分析

四、华中地区

1、服装O2O企业数量分析

2、服装O2O交易额分析

3、服装O2O订单量分析

4、服装O2O消费主力分析

5、服装O2O发展趋势分析

五、华南地区

1、服装O2O企业数量分析

2、服装O2O交易额分析

3、服装O2O订单量分析

4、服装O2O消费主力分析

5、服装O2O发展趋势分析

六、西部地区

- 1、服装O2O企业数量分析
- 2、服装O2O交易额分析
- 3、服装O2O订单量分析
- 4、服装O2O消费主力分析
- 5、服装O2O发展趋势分析

第八章 服装O2O市场竞争格局及集中度分析

第一节 服装O2O行业国际竞争格局分析

- 一、国际服装O2O企业竞争分析
- 二、国际服装O2O市场竞争分析
- 三、国际服装O2O市场集中度分析
- 四、国际服装O2O重点企业竞争力分析

第二节 国内服装O2O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

第三节 服装O2O行业集中度分析

- 一、企业集中度分析
- 二、市场集中度分析
- 三、品牌集中度分析

第四节 服装O2O品牌竞争状况分析

一、服装O2O品牌消费将主导市场

二、外资占国内服装O2O市场

三、国内服装O2O行业SWOT分析

第九章 中国服装O2O成功案例分析

第一节 绫致

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第二节 美邦

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第三节 优衣库

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第四节 拉夏贝尔

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第五节 素型

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第六节 李宁

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第七节 特步

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第八节 衣邦人

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第九节 GXG

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第十节 耐克

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第四部分 投资发展前景

第十章 2021-2026年服装O2O行业投资发展前景

第一节 2021-2026年服装O2O行业投资情况分析

一、投资规模分析

二、投资结构分析

三、重点投资区域分析

第二节 2026-2031年服装O2O行业发展趋势及前景

一、服装O2O行业发展趋势分析

1、互联网技术发展趋势

2、线下服务发展趋势

3、线上线下布局趋势

二、服装O2O行业市场规模预测

1、2026-2031年我国服装O2O行业订单完成量预测

2、2026-2031年我国服装O2O行业交易规模预测

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

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2026-2031年服装O2O行业投资机会与风险防范

第一节 中国服装O2O行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、行业盈利模式分析

三、影响行业的盈利因素分析

第二节 中国服装O2O行业投资风险

一、行业政策险

二、行业关联产业风险

三、行业技术风险

四、行业其他风险

第三节 服装O2O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

第四节 服装O2O行业投资战略及建议

一、2026-2031年行业投资战略

二、2026-2031年行业投资方式建议

三、2026-2031年行业投资方向建议

图表目录

图表：服装O2O行业产品的分类结构

图表：服装O2O行业成长周期图

图表：2021-2026年GDP初步核算数据

图表：GDP环比和同比增长速度

图表：2021-2026年我国GDP季度累计增长图

图表：2021-2026年我国消费价格指数增长趋势图

图表：2021-2026年我国居民人均收入情况

图表：2021-2026年我国服装O2O行业资产规模分析

图表：2021-2026年我国服装O2O行业市场规模分析

图表：2021-2026年中国服装O2O行业市场发展特点

图表：2021-2026年中国服装O2O行业交易总额分析

图表：2021-2026年中国服装O2O行业订单量分析

图表：2021-2026年中国服装O2O行业利润总额分析

图表：2021-2026年服装O2O行业企业数量变化分析

图表：2021-2026年服装O2O行业不同规模企业结构分析

图表：2021-2026年服装O2O行业网络平台数量分析

图表：2021-2026年服装O2O行业从业人员数量分析

图表：2021-2026年服装O2O行业盈利能力分析

图表：2021-2026年服装O2O行业营运能力分析

图表：2021-2026年服装O2O行业偿债能力分析

图表：2021-2026年服装O2O行业发展能力分析

图表：服装O2O行业消费者年龄结构

图表：服装O2O行业消费者性别比例

图表：服装O2O行业消费者收入水平分析

图表：服装O2O行业企业集中度分析

图表：服装O2O行业市场集中度分析

图表：服装O2O行业品牌集中度分析

图表：2026-2031年我国服装O2O行业订单完成量预测

图表：2026-2031年我国服装O2O行业交易规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：9680

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170112/9680.shtml>

在线订购：[点击这里](#)