

2025-2030年中国服装电子商务行业市场发展分析及发展前景预测研究报告

报告简介

随着服装电子商务行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的服装电子商务企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。正因为如此，一大批优秀品牌迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚。中道泰和利用多种独创的信息处理技术，对服装电子商务行业市场海量的数据进行采集、整理、加工、分析、传递，为客户提供一揽子信息解决方案和咨询服务，最大限度地降低客户投资风险与经营成本，把握投资机遇，提高企业竞争力。

本报告利用中道泰和长期对服装电子商务行业市场跟踪搜集的一手市场数据，同时依据国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，采用与国际同步的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个服装电子商务行业的市场走向和发展趋势。

报告对中国服装电子商务行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国服装电子商务行业将面临的机遇与挑战。报告将帮助服装电子商务企业、学术科研单位、投资企业准确了解服装电子商务行业最新发展动向，及早发现服装电子商务行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点.....准确把握服装电子商务行业未被满足的市场需求和趋势，有效规避服装电子商务行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。形成企业良好的可持续发展优势。

报告目录

第一章 2020-2025年中国服装电子商务行业发展环境分析

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”规划重点任务

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(technological)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 2020-2025年中国服装电子商务市场现状分析

第一节 中国服装电子商务市场发展概况

一、服装电子商务发展历程

二、服装在电子商务行业的地位

三、服装网购规模状况

四、服装电子商务渗透率现状

第二节 服装电子商务区域格局分析

一、浙江宁波

二、广东

三、河南

第三节 中国服装电子商务存在的问题分析

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 中国服装电子商务发展建议

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

第三章 服装电子商务市场消费分析

第一节 服装电子商务市场消费总体分析

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 服装电子商务消费者行为分析

一、消费关注因素分析

二、购买渠道的选择

三、消费品类分析

第四章 2020-2025年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

第五章 2020-2025年服装电子商务移动市场分析

第一节 服装电子商务移动市场发展概况

- 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、微信服装电子商务现状
- 二、手机服装电商推广现状

第六章 2020-2025年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

第七章 服装电子商务商业模式分析

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

第八章 中国主要服装电子商务平台运营分析

第一节 服装电子商务运营平台类型

- 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

第九章 2020-2025年服装电子商务市场竞争与营销分析

第一节 服装电子商务市场竞争现状

一、电商行业竞争特点

二、电商可提高服装企业竞争力

三、服装电子商务竞争重点

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 服装电子商务营销变化特征

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 服装电子商务营销模式分析

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

第十章 2020-2025年服装电子商务相关产业分析

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

第十一章 2020-2025年服装电子商务领先企业分析

第一节 阿里巴巴集团

一、企业简介

二、阿里巴巴主营业务状况

三、阿里巴巴经营现状分析

四、未来阿里巴巴发展战略

第二节 京东(jd.com,inc.)

一、企业简介

二、京东经营状况分析

三、京东海外市场发展动态

第三节 麦考林有限公司

一、企业简介

二、2020-2025年麦考林经营状况分析

三、2020-2025年麦考林经营状况分析

第四节 广州唯品会信息科技有限公司(vipshop holdings limited)

一、企业简介

二、2020-2025年唯品会经营状况分析

三、2020-2025年唯品会经营状况分析

四、2020-2025年唯品会经营状况分析

第十二章 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

七、各成本对比

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化建设

三、大企业对上下游企业具有吸引力

第十三章 服装电子商务行业投融资分析

第一节 电子商务行业融资现状

一、融资规模

二、市场特点

三、行业分布

四、地区分布

第二节 服装电商企业融资渠道

一、银行贷款

二、海外上市融资

三、股权融资

四、网络融资

第三节 服装品牌电商经典融资案例分析

一、爱肯牛仔

二、裂帛

三、李宁

四、茵曼

五、凡客

第四节 服装电子商务投资风险

一、市场竞争风险

二、技术性风险

三、电子支付风险

四、政策性风险

第十四章 2025-2030年服装电子商务发展前景预测分析

第一节 服装电子商务发展前景及趋势

一、非主流地区服装电商发展潜力

二、服装电子商务发展趋势分析

第二节 2025-2030年服装电子商务行业发展预测分析

一、2025-2030年中国服装电子商务行业发展影响因素分析

二、2025-2030年中国服装网购交易规模预测

三、2025-2030年中国服装行业网购渗透率规模预测

图表目录

图表：2020-2025年七国集团gdp增长率

图表：2020-2025年金砖国家及部分亚洲经济体gdp同比增长率

图表：2020-2025年国内生产总值增长速度(累计同比)

图表：2020-2025年规模以上增加值增速(月度同比)

图表：2020-2025年固定资产投资(不含农户)名义增速(累计同比)

图表：2020-2025年房地产开发投资名义增速(累计同比)

图表：2020-2025年居民消费价格上涨情况(月度同比)

图表：2020-2025年工业生产者出厂价格涨跌情况(月度同比)

图表：2020-2025年人口及其自然增长率变化情况

图表：我国农村和城镇居民收入中转移性收入占比

图表：农村居民收入构成

图表：2020-2025年农村居民人均收入实际增长速度(累计同比)

图表：2020-2025年城镇居民人均可支配收入实际增长速度(累计同比)

图表：2020-2025年社会消费品零售总额名义速度(月度同比)

图表：2020-2025年中国居民家庭恩格尔系数

图表：2020-2025年中国网络购物用户数及网民使用率

图表：服装电商发展历程

图表：2020-2025年我国服装网购规模

图表：服装网购占服装总销售额的比例

图表：非学生服装网购消费者属性情况

图表：2020-2025年我国纺织服装专业市场商户参与电子商务的目的

图表：2020-2025年纺织服装专业市场电子商务交易额

图表：2020-2025年纺织服装专业市场电商交易额与整体行业、实体市场交易额的占比情况

图表：2020-2025年区域纺织服装专业市场电子商务参与率

图表：2020-2025年纺织服装专业市场商户电子商务交易额比例

图表：2020-2025年我国纺织服装专业市场商户电子商务运营形式情况

图表：国内主要女装企业“上网”模式及典型产品价格

图表：我国女装产品价位分布图

图表：女装典型企业电商渠道开拓模式

图表：2020-2025年淘宝店铺销售额排名

图表：2020-2025年淘宝天猫女装销售额排名

图表：男装电子商务渠道情况

图表：2020-2025年男装淘品牌与传统品牌的增长对比

图表：以网络起家的内衣品牌销量比较

图表：2020-2025年中国b2c市场服装品类交易规模

图表：2020-2025年中国b2c市场服装品类市场份额

图表：2020-2025年麦考林净营收

图表：部分传统企业试水o2o模式

图表：国内服装行业发展瓶颈

图表：o2o的理想状态(1)

图表：o2o的理想状态(2)

图表：o2o带来的价值

图表：实现o2o进行的变革(1)

图表：实现o2o进行的变革(2)

图表：实现o2o进行的变革(3)

图表：o2o的建立步骤(1)

图表：o2o的建立步骤(2)

图表：o2o的建立步骤(3)

图表：o2o的建立步骤(4)

图表：o2o的建立步骤(5)

图表：电子商务网站模式

图表：传统竞争环境和电子商务竞争环境下的五种力量对比

图表：新客户成长为老客户的关系逻辑

图表：常规大促活动营销的流程

图表：2020-2025年服装行业规下企业主要经济指标及与规上企业的比较(%)

图表：2020-2025年服装、服饰业固定资产投资情况

图表：2020-2025年中国电子商务市场交易规模

图表：2020-2025年中国网络零售市场交易规模

图表：2020-2025年我国快递业务收入情况

图表：2020-2025年我国分专业快递业务收入比较

图表：2020-2025年我国第三方互联网支付市场规模

图表：2020-2025年京东综合损益表

图表：2020-2025年京东收入分业务情况

图表：2020-2025年麦考林综合收益表

图表：2020-2025年麦考林收入分部门资料

图表：2020-2025年麦考林收入分产品资料

图表：2020-2025年麦考林综合收益表

图表：2020-2025年麦考林收入分部门资料

图表：2020-2025年麦考林收入分产品资料

图表：2020-2025年唯品会全面收益表

图表：2020-2025年唯品会不同产品收入情况

图表：2020-2025年唯品会全面收益表

图表：2020-2025年唯品会不同产品收入情况

图表：传统服装企业开展电子商务的渠道

图表：服装电商企业主要融资渠道

图表：2025-2030年中国服装网购交易规模预测

图表：2025-2030年中国服装行业网购渗透率预测

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/sc/20190607/122380.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)