

中国服装电商行业市场深度调研及发展前景与趋势预测研究报告(2026-2031版)

报告简介

中国是世界上最大的服装消费国和生产国，服装产业的兴旺大大推动了中国国民经济的发展。随着经济的全球化，中国服装遍布世界各国，为出口创汇作出了巨大的贡献。传统的服装行业大都依靠做外贸加工单，大批量生产来获得利润。在竞争日益激烈的当下，服装市场面临诸多问题，成本高、库存高、质量低、款式旧等，服装企业亟待进行整改，以适应个性化、多元化的消费需求。互联网时代已经到来，这对服装行业来说是一个转型的关键时期，只有抓住契机，创新营销模式，才能快速抢占消费市场。互联网电商的蓬勃兴起，对消费市场起到了巨大的拉动作用，业内人士丰富布局“互联网+”战略。

2020年，我国服装消费市场受到新冠肺炎疫情的巨大冲击，限额以上单位服装类商品零售额不及上年同期，居民服装消费价格有所下降。但同时，疫情加速了商业拥抱数字化时代的步伐，直播电商、无接触商业等新兴业态推动线上“穿”类商品零售额实现正增长。2021年，面对错综复杂的外部发展环境，中国服装行业克服了新冠肺炎疫情冲击、综合成本上涨、能源供应紧张、国际物流不畅等叠加交织的困难和压力，展现出强大韧性和良好的高质量发展潜力，行业经济持续恢复发展，数字化转型全面深入推进，在智能制造、模式创新、品牌升级、产业集约发展等多个领域取得了积极进展，“十四五”实现了良好开局。

随着疫情防控更加精准有效，在宏观经济稳步恢复、促消费政策持续发力以及网络购物节等因素的带动下，消费潜力持续释放，我国服装市场销售明显改善，线上消费对内需市场拉动作用持续凸显。根据国家统计局数据，2021年，我国限额以上单位服装类商品零售额累计9974.6亿元，同比增长14.2%，两年平均增长2.4%，仍低于2019年增速0.2个百分点。

根据国家统计局数据，2021年，穿类商品网上零售额同比增长8.3%，增速比2019年提高2.5个百分点，两年平均增长7.0%，低于2019年增速8.4个百分点。实体销售明显改善。根据中华全国商业信息中心的统计，2021年，全国重点大型零售企业服装类商品零售额同比增长9.22%，增幅比2020年同期提升29.9

3个百分点，两年平均下降6.9%，两年平均降幅比一季度收窄5.4个百分点。

随着企业效益逐步好转以及国家“稳投资”相关政策显效，我国服装行业固定资产投资恢复正增长，但由于受疫情影响，服装企业资金周转压力依然较大，投资意愿和投资能力受限，加之上年基数逐渐抬升，服装行业投资增速呈现持续放缓态势。我国电商已进入“从平面到立体、从图像到场景，从商品销售到价值创造”的发展新阶段。“宅经济”的兴起，推动淘宝、抖音、快手等直播平台成为电商发展新阶段的热点渠道。

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、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国服装协会、中国电子商务协会、中华全国商业信息中心、51行业报告网、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，对中国服装电子商务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，并重点分析了中国服装电子商务行业发展状况和特点，以及中国服装电子商务行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球服装电子商务行业发展态势作了详细分析，并对服装电子商务行业进行了趋向研判，是服装电子商务经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前服装电子商务行业发展动态，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 产业环境透视

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“十四五”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 国际服装电商行业发展现状分析及经验借鉴

第一节 全球服装电商市场总体情况分析

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 北美服装电商行业市场发展分析

一、北美服装电商行业发展现状分析

二、北美服装电商行业市场运行分析

三、北美服装电商市场渗透情况

四、北美服装电商行业发展趋势预测

第三节 拉美服装电商行业市场发展分析

一、拉美服装电商行业发展现状分析

二、拉美服装电商行业市场运行分析

三、拉美服装电商市场渗透情况

四、拉美服装电商行业发展趋势预测

第四节 西欧服装电商行业市场发展分析

一、西欧服装电商行业发展现状分析

二、西欧服装电商行业市场运行分析

三、西欧服装电商市场渗透情况

四、西欧服装电商行业发展趋势预测

第五节 东南亚服装电商行业市场发展分析

一、东南亚服装电商行业发展现状分析

二、东南亚服装电商行业市场运行分析

三、东南亚服装电商市场渗透情况

四、东南亚服装电商行业发展趋势预测

第六节 中东服装电商行业市场发展分析

一、中东服装电商行业发展现状分析

二、中东服装电商行业市场运行分析

三、中东服装电商市场渗透情况

四、中东服装电商行业发展趋势预测

第二部分 市场深度调研

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、2021-2026年服装网购规模状况

四、2021-2026年线上服装零售保持较快增长

五、2021-2026年服装电商渗透率现状

六、线上服装消费进入场景化的新发展阶段

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

第三部分 市场全景调研

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化建设

三、大企业对上下游企业具有吸引力

第四部分 竞争格局分析

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

第五部分 发展前景展望

第十四章 2026-2031年服装电商行业前景及趋势预测

第二节 2026-2031年服装电商市场发展前景

一、新冠肺炎疫情对服装市场发展的主要影响

二、2026-2031年服装电商市场发展前景展望

三、2026-2031年服装电商细分行业发展前景分析

1、女装

2、童装

3、男装

四、后疫情时代我国服装电商行业市场前景分析

第三节 2026-2031年服装电商市场发展趋势预测

一、2026-2031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、2026-2031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、2026-2031年服装电商细分市场发展趋势预测

四、互联网新浪潮下服装电商的竞争格局日趋白热化

第十五章 2026-2031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、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 2026-2031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 2026-2031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

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：全球服装电商市场规模分析及预测

图表：北美/西欧地区服装电商渗透率

图表：2021-2026年规模以上服装企业主要经济指标情况

图表：2021-2026年中国服装电商行业盈利能力分析

图表：2021-2026年中国服装电商行业运营能力分析

图表：2021-2026年中国服装电商行业偿债能力分析

图表：2021-2026年中国服装电商行业发展能力分析

图表：2021-2026年中国服装电商行业经营效益分析

图表：2021-2026年服装电商行业利润总额分布

图表：2021-2026年服装电商行业从业人员分布

图表：2021-2026年服装电商行业销售收入分布

图表：2021-2026年服装电商行业资产总额分布

图表：2021-2026年服装电商行业企业数量分布

图表：2021-2026年中国服装电商行业市场规模

图表：2021-2026年服装电商行业销售收入

图表：2021-2026年服装电商行业利润总额

图表：2021-2026年服装电商行业需求分析

图表：2021-2026年服装电商行业集中度

图表：2026-2031年服装电商行业市场规模预测

图表：2026-2031年服装电商行业销售收入预测

图表：2026-2031年服装电商行业销量预测

图表：2021-2026年中国服装电商行业发生的融资事件

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：267690

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20220610/267690.shtml>

在线订购：[点击这里](#)