2020-2026年中国服装定制O2O行业前景展望与市场前景预测报告

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

《2020-2026年中国服装定制O2O行业前景展望与市场前景预测报告》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/202001/148341.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

对传统行业的互联网改造是近一年来产业发展的热点，在此背景下，作为衣食住行的第.一位，服装业具有无需验证的强大市场需求，随着中国中产阶级生活方式的不断变化，个性定制服装迎来了发展春天。　　中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国服装定制O2O行业前景展望与市场前景预测报告》共十章。首先介绍了服装定制O2O行业市场发展环境、服装定制O2O整体运行态势等，接着分析了服装定制O2O行业市场运行的现状，然后介绍了服装定制O2O市场竞争格局。随后，报告对服装定制O2O做了重点企业经营状况分析，最后分析了服装定制O2O行业发展趋势与投资预测。您若想对服装定制O2O产业有个系统的了解或者想投资服装定制O2O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 中国城市O2O发展水平分析一、各线城市O2O发展水平二、各经济带O2O发展水平三、重点城市O2O发展水平四、用户群体应用水平研究 第二章 互联网环境下服装定制行业的机会与挑战第.一节 “互联网+”的相关概述一、“互联网+”的提出二、“互联网+”的内涵三、“互联网+”的发展四、“互联网+”的评价五、“互联网+”的趋势第二节 互联网环境下服装定制行业的机会与挑战一、互联网时代行业大环境的变化二、互联网直击传统行业消费痛点三、互联网助力企业开拓市场四、电商成为传统企业突破口第三节 服装定制电商需要解决的难题和挑战分析一、线上与线下博弈问题分析二、物流与客户体验问题分析三、引流与流量转化率问题分析第四节 互联网环境下服装定制行业的改造与重构一、互联网重构行业的供应链格局二、互联网改变生产厂商营销模式三、互联网导致行业利益重新分配四、互联网改变行业未来竞争格局第五节 服装定制与互联网融合创新机会孕育一、电商政策变化趋势分析二、电子商务消费环境趋势分析三、互联网技术对行业支撑作用四、电商黄金发展期机遇分析 第三章 服装定制行业市场规模与电商空间预测第.一节 服装定制市场发展现状分析一、服装定制行业产业政策分析二、服装定制行业发展现状分析三、服装定制行业市场规模分析四、服装定制行业重点企业分析五、服装定制行业市场竞争格局第二节 服装定制行业发展前景预测分析一、影响行业发展有利因素二、影响行业发展不利因素三、服装定制市场前景预测分析第三节 服装定制电商市场规模与渗

透率一、服装定制电商总体开展情况二、服装定制电商渠道渗透率分析第四节 电商行业未来前景及趋势预测一、服装定制电商行业市场空间测算二、服装定制电商市场规模预测分析三、服装定制电商发展趋势预测分析 第四章 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 第五章 服装定制行业O2O商业设计及实施方案第.一节 服装定制行业O2O设计核心一、O2O设计核心策略二、O2O设计核心特点三、O2O设计核心趋势四、O2O设计核心范围第二节 服装定制行业O2O蓝图规划一、O2O业务蓝图规划二、O2O技术蓝图规划三、O2O平台方向规划四、O2O蓝图突出要点第三节 服装定制行业O2O设计要点一、O2O模式产品设计二、O2O模式服务设计三、O2O模式交互设计四、O2O模式全渠道设计五、O2O模式体验店设计六、O2O模式促销体验设计第四节 服装定制行业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、开放平台阶段第五节 服装定制行业O2O模式金融方案一、O2O金融流程概述二、O2O金融解决方案三、O2O金融业务案例 第六章 服装定制行业O2O模式场景设计第.一节 服装定制行业O2O活动场景基础一、客户细分二、客户接触点三、客户生命周期四、客户体验第二节 服装定制行业O2O活动场景要素一、O2O活动场景要素二、O2O活动场景结构三、O2O标准活动场景四、O2O活动场景设计第三节 服装定制行业O2O活动场景模式一、爆款模式二、专场定制模式三、新品宣传及预售模式四、关联产品销售模式五、消费者参与模式 第七章 服装定制行业O2O营销推广策略分析第.一节 O2O移动电商切入--微商城运营一、微商城商户接入流程/要求二、微商城商户接入资费标准三、企业如何开发运营微商城四、企业微商城运营风险分析五、企业微商城推广策略分析第二节 O2O营销推广---APP开发营销策略一、APP营销的特点与价值二、企业APP营销背景分析三、APP体系功能策略方向四、APP营销创意路径分享六、APP用户体验设计技巧六、如何找准APP目标客户七、APP推广的技巧与方法八、APP如何提升运营效果第三节 O2O营销推广---二维码营销策略一、二维码基本定义及分类二、二维码与移动营销应用三、二维码O2O模式应用类型四、二维码O2O模式应用实例五、二维码会员制营销策略第四节 O2O营销推广---微信营销战略一、微信功能概述及营销价值二、微信用户行为及营销现状三、微信的主要营销模式分析四、微信营销的步骤方法与技巧五、微信营销优秀案例详解六、微信营销效果的评估标准第五节 O2O营销推广---微博营销战略一、微博营销的特点与价值二、微博用户行为营销现状三、微博营销的策略与技巧四、微博营销优秀案例详解五、中小企业微博

营销对策六、微博营销风险应对策略 第八章 移动支付助力服装定制行业O2O发展第.一节 移动支付产业发展现状一、移动支付产业的发展历程二、影响移动支付发展的因素三、移动支付产业的发展特征第二节 移动支付产业链结构分析一、移动支付产业链简介二、移动支付产业链构成三、移动支付产业链特征第三节 移动支付发展规模分析一、移动支付行业用户规模分析二、移动支付行业市场规模分析三、移动支付行业市场容量预测第四节 移动支付用户消费调研分析 一、移动支付用户区域分布情况二、移动支付用户手机操作系统三、移动支付用户使用手机支付方式四、移动支付用户认知程度分析五、消费者移动支付额外成本接受度第五节 中国移动支付用户调研结果分析一、影响用户使用移动支付的关键因素二、移动支付用户交易支付方式分析三、移动支付用户期待使用支付方式四、移动支付服务用户认为需做改善 第九章 服装定制行业O2O应用模式及案例分析第.一节福建七匹狼实业股份有限公司一、企业产品及发展现状二、企业O2O商业模式分析三、企业O2O模式核心资源四、企业O2O模式客户细分五、企业O2O模式合作伙伴六、企业O2O模式运营策略第二节希努尔男装股份有限公司一、企业产品及发展现状二、企业O2O商业模式分析三、企业O2O模式核心资源四、企业O2O模式客户细分五、企业O2O模式合作伙伴六、企业O2O模式运营策略第三节浙江乔治白服饰股份有限公司一、企业产品及发展现状二、企业O2O商业模式分析三、企业O2O模式核心资源四、企业O2O模式客户细分五、企业O2O模式合作伙伴六、企业O2O模式运营策略第四节雅戈尔集团股份有限公司一、企业产品及发展现状二、企业O2O商业模式分析三、企业O2O模式核心资源四、企业O2O模式客户细分五、企业O2O模式合作伙伴六、企业O2O模式运营策略第五节浙江报喜鸟服饰股份有限公司一、企业产品及发展现状二、企业O2O商业模式分析三、企业O2O模式核心资源四、企业O2O模式客户细分五、企业O2O模式合作伙伴六、企业O2O模式运营策略 第十章 服装定制行业O2O市场机遇及前景分析（）第.一节 服装定制行业O2O市场机遇及挑战一、服装定制行业O2O模式优势分析二、服装定制行业O2O模式劣势分析三、服装定制行业O2O模式发展机遇四、服装定制行业O2O模式面临威胁第二节 服装定制行业O2O模式潜力指标分析一、恰当的使用频率二、运营推广的能力三、线下商务谈判能力四、匹配的服务能力五、O2O商业化的设计第三节 服装定制行业O2O模式选择及前景分析一、服装定制行业O2O模式切入点寻找（一）客户基数大领域（二）客单价高的领域（三）高频率单价领域二、服装定制行业O2O运用团队组成（一）产品及技术人才建设（二）线下团队营销推广实施三、服装定制行业O2O模式的选择及前景（一）服装定制行业O2O模式的选择（二）服装定制行业O2O盈利模式构建（三）服装定制行业O2O运营前景分析 （） 图表目录：图表 O2O的定义图表 O2O模式简介图表 O2O发展阶段分析图表 O2O产业结构图图表 O2O应用分布情况图表 O2O市场细分领域图表 各线城市发展水平评估图表 各经济带发展水平评估图表 重点城市发展水平评估图表 用户群体应用水平研究图表

2012-2019年中国O2O市场规模分析图表 2012-2019年服装定制O2O市场交易规模趋势图图表 2020-2026年服装定制O2O市场交易预测趋势图

详细请访问：http://www.cction.com/report/202001/148341.html