

2024-2030年中国服装电商 产业发展现状与投资前景预测报告

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

《2024-2030年中国服装电商产业发展现状与投资前景预测报告》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/202401/436848.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

2018年中国限额以上服装类商品零售额累计增长8.5%，增速较2017年提高0.5%。限额以上服装零售延续了2017年以来的增速加快趋势。2018年1-12月服装行业规模以上企业累计实现主营业务收入107106.6亿元，同比增长4.1%，利润总额1006.8亿元，同比增长10.8%。截至2019年上半年，服装类商品零售额达到4749.7亿元。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国服装电商产业发展现状与投资前景预测报告》共十五章。首先介绍了中国服装电商行业市场发展环境、服装电商整体运行态势等，接着分析了中国服装电商行业市场运行的现状，然后介绍了服装电商市场竞争格局。随后，报告对服装电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国服装电商行业发展趋势与投资预测。您若想对服装电商产业有个系统的了解或者想投资中国服装电商行业，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 国际服装电商所属行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球服装电商所属行业市场总体情况分析

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 美国服装电商所属行业发展经验借鉴

一、美国服装电商行业发展历程分析

二、美国服装电商行业运营模式分析

三、美国服装电商行业发展趋势预测

四、美国服装电商行业对中国的启示

第三节 日本服装电商所属行业发展经验借鉴

一、日本服装电商行业发展历程分析

二、日本服装电商行业运营模式分析

三、日本服装电商行业发展趋势预测

四、日本服装电商行业对中国的启示

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、服装网购规模状况
- 四、服装电商渗透率现状

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、建立相应的政策法律法规
- 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、大企业上下游企业具有吸引力

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

第十四章 2024-2030年服装电商行业前景及趋势预测

第一节 2024-2030年服装电商市场发展前景

一、2024-2030年服装电商市场发展潜力

二、2024-2030年服装电商市场发展前景展望

三、2024-2030年服装电商细分行业发展前景分析

1、女装

2、童装

3、男装

第二节 2024-2030年服装电商市场发展趋势预测

- 一、2024-2030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、2024-2030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、2024-2030年服装电商行业应用趋势预测
- 四、2024-2030年细分市场发展趋势预测

第十五章 2024-2030年服装电商行业投资价值评估防范分析

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 2024-2030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 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：2024-2030年中国服装电商行业盈利能力分析

图表：2024-2030年中国服装电商行业运营能力分析

图表：2024-2030年中国服装电商行业偿债能力分析

图表：2024-2030年中国服装电商行业发展能力分析

图表：2024-2030年中国服装电商行业经营效益分析

图表：2024-2030年服装电商行业利润总额分布

图表：2024-2030年服装电商行业从业人员分布

图表：2024-2030年服装电商行业销售收入分布

图表：2024-2030年服装电商行业资产总额分布

图表：2024-2030年服装电商行业企业数量分布

图表：2024-2030年中国服装电商行业市场规模

图表：2024-2030年服装电商行业销售收入

图表：2024-2030年服装电商行业利润总额

图表：2024-2030年服装电商行业需求分析

图表：2024-2030年服装电商行业集中度

图表：2024-2030年服装电商行业市场规模预测

图表：2024-2030年服装电商行业销售收入预测

图表：2024-2030年服装电商行业销量预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/436848.html>