

2019年中国服装电子商务市场分析报告- 市场深度研究与投资定位研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国服装电子商务市场分析报告-市场深度研究与投资定位研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/464429464429.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一章2016-2019年中国服装电子商务行业发展环境（PEST）分析

1.1政策（Political）环境分析

1.1.1促进信息消费拓展电子商务发展空间

1.1.2实施支持跨境电子商务零售出口有关政策

1.1.3我国首部电子商务法重点拟定方向分析

1.2经济（Economic）环境分析

1.2.1全球经济发展形势

1.2.2全球经济环境对中国的影响

1.2.3中国宏观经济发展现状

1.2.4中国宏观经济发展趋势

1.3社会（Social）环境分析

1.3.1人口环境分析

1.3.2收入及消费水平

1.3.3居民恩格尔系数

1.3.4网购的普及化

1.4技术（Technological）环境分析

1.4.1网络技术

1.4.2Web浏览技术

1.4.3安全技术

1.4.4数据库技术

1.4.5电子支付技术

第二章2016-2019年中国服装电子商务市场深度分析

2.1中国服装电子商务市场发展概况

2.1.1服装电子商务发展历程

2.1.2服装在电子商务行业的地位

2.1.3服装网购规模状况

2.1.4服装电子商务渗透率现状

2.2服装电子商务区域发展分析

2.2.1浙江宁波

2.2.2广东

2.2.3河南

2.3服装电子商务运营平台类型

2.3.1制造商类平台

2.3.2销售商平台

2.3.3第三方平台

2.3.4辅助类平台

2.3.5运营平台对比分析

2.4中国服装电子商务存在的问题分析

2.4.1地区分布不均衡

2.4.2新旧模式处于磨合期

2.4.3面临安全隐患

2.4.4物流配送系统落后

2.5中国服装电子商务发展建议

2.5.1加快基础设施建设

2.5.2建立相应的政策法规

2.5.3健全物流管理系统

2.5.4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

3.1服装电子商务市场消费总体分析

3.1.1服装行业消费状况

3.1.2消费者变化特征

3.1.3消费者年龄层次

3.1.4消费者区域格局

3.1.5新老用户的贡献率

3.2服装电子商务消费者行为分析

3.2.1消费关注因素分析

3.2.2购买渠道的选择

3.2.3消费品类分析

第四章2016-2019年中国服装专业市场电子商务分析

4.1中国服装专业市场电子商务综析

4.1.1开展电商的目的

4.1.2电商发展态势

4.1.3电商交易规模

4.1.4 电商渗透率

4.1.5 发展成效状况

4.2 中国服装专业市场电商模式分析

4.2.1 电商模式介绍

4.2.2 商户电商运营方式

4.2.3 商户开展电商途径

4.3 中国典型服装专业市场电子商务实践

4.3.1 杭州四季青服装城

4.3.2 常熟服装城

4.3.3 广州服装专业市场

4.3.4 虎门服装专业市场

第五章 2016-2019年中国服装电子商务移动市场分析

5.1 服装电子商务移动市场发展总况

5.1.1 移动电商规模状况分析

5.1.2 服装电商移动市场发展态势

5.1.3 服装电商移动市场规模现状

5.1.4 服装电商移动市场消费者分析

5.1.5 服装电商移动市场发展前景分析

5.2 重点服装电商移动市场形态现状分析

5.2.1 微信服装电子商务现状

5.2.2 手机服装电商推广现状

5.3 移动电子商务发展模式分析

5.3.1 电信运营商主导的“通道+平台”模式

5.3.2 传统电商主导的“品牌+运营”模式

5.3.3 软件提供商主导的“软件+服务”模式

5.3.4 新兴移动电商主导的“专注+创新”模式

5.3.5 各种模式的比较分析

5.4 开拓服装移动电商的思路

5.4.1 加快移动化

5.4.2 去平台化

5.4.3 差异营销

5.4.4 跨界的社群

第六章 2016-2019年服装细分产品电子商务投资潜力分析

6.1 女装

6.1.1 女装电商发展态势

6.1.2 女装网购价位格局

6.1.3 女装电商平台格局

6.1.4 女装电商渠道开拓模式

6.1.5 主要电商平台销售规模

6.1.6 女装电商投资空间分析

6.2 男装

6.2.1 男装电商市场特征

6.2.2 男装电商平台分布

6.2.3 男装主要网络品牌

6.2.4 男装电商进入机会

6.3 童装

6.3.1 童装电商市场发展态势

6.3.2 童装电商市场特征分析

6.3.3 童装线上品牌格局的变化

6.3.4 童装现地域性电商品牌

6.3.5 童装电商重点地区的发展

6.3.6 童装电商投资前景分析

6.4 内衣

6.4.1 内衣电子商务市场发展现状

6.4.2 内衣电子商务渠道市场份额

6.4.3 主要电商平台内衣销售状况

6.4.4 内衣电商品牌经验借鉴

6.5 运动服装

6.5.1 运动服电商市场特点

6.5.2 运动服电商渠道模式

6.5.3 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

7.1 B2C

7.1.1 市场规模

7.1.2 市场份额

7.1.3 运营模式

7.1.4 典型垂直网站

7.2C2C

7.2.1市场规模

7.2.2发展态势

7.2.3竞争状况

7.3B2B

7.3.1发展现状

7.3.2主要平台介绍

7.3.3渠道竞争分析

7.3.4存在的问题

7.4O2O

7.4.1线下品牌O2O现状

7.4.2服装品牌O2O案例分析

7.4.3O2O建立的影响

7.4.4O2O的建立步骤

7.4.5O2O面临的挑战

7.4.6发展前景预测

7.5CBBS

7.5.1基本介绍

7.5.2新模式应用现状

7.5.3对服装产业链的影响

第八章中国主要服装电子商务平台运营分析（按第三方分）

8.1淘宝网

8.1.1基本介绍

8.1.2交易规模现状

8.1.3用户规模状况

8.1.4市场消费者

8.1.5主要产品分布

8.2天猫

8.2.1基本介绍

8.2.2特有优势

8.2.3交易规模

8.2.4发展路径

8.2.5战略动向

8.3其他第三方类服装电商平台

8.3.1拍拍

8.3.2拉手网

8.3.3美团网

第九章中国主要服装电子商务平台运营分析（按销售商类分）

9.1梦芭莎

9.1.1基本介绍

9.1.2用户规模

9.1.3商业模式

9.1.4发展动态

9.1.5成功经验

9.2唯品会

9.2.1基本介绍

9.2.2发展现状

9.2.3用户规模

9.2.4销售模式

9.2.5竞争策略分析

9.3凡客

9.3.1基本介绍

9.3.2产品与服务

9.3.3推广模式

9.3.4战略调整

9.4M18麦网

9.4.1基本介绍

9.4.2发展历程

9.4.3产品分类

9.4.4品牌格局

9.4.5海外市场的拓展

9.5走秀网

9.5.1基本介绍

9.5.2发展优势

9.5.3销售市场状况

9.5.4供货渠道状况

9.5.5商业模式状况

9.5.6发展战略动态

9.6有货网

9.6.1基本介绍

9.6.2消费群体分析

9.6.3商业模式解析

9.6.4网站融资动态

9.7银泰网

9.7.1基本介绍

9.7.2发展模式

9.7.3经营状况

第十章中国主要服装电商女性专业化平台分析

10.1美丽说

10.1.1基本介绍

10.1.2经营状况

10.1.3盈利模式

10.1.4用户特征

10.1.5战略调整

10.2蘑菇街

10.2.1基本介绍

10.2.2经营状况

10.2.3运营模式

10.2.4盈利模式

10.2.5用户特征

10.2.6战略调整

第十一章中国主要服装专业市场电商平台分析

11.1阿里巴巴

11.1.1基本介绍

11.1.2发展态势

11.1.3经营状况

11.1.4战略动态

11.2布衣港批发网

11.2.1基本介绍

11.2.2网站特色

11.2.3公司历程

11.2.4战略动态

11.2.5发展规划

11.3衣联网

11.3.1基本介绍

11.3.2货源分类

11.3.3经营状况

11.3.4商业模式

11.3.5战略动态

第十二章2016-2019年服装电子商务市场品牌分析

12.1服装电商市场品牌总体分析

12.1.1服装电子商务市场品牌格局

12.1.2传统服装品牌电子商务分析

12.1.3服装电子商务品牌发展空间

12.2网络服装品牌格局分析

12.2.1网络品牌特征

12.2.2茵曼

12.2.3韩都衣舍

12.2.4七格格

12.2.5裂帛

12.2.6初语

12.2.7波斯蒂卡

12.2.8花笙记

12.3B2B服装品牌进入零售市场的考虑因素

12.3.1企业定位

12.3.2资源能力

12.3.3战略规划

12.3.4品牌规划

12.3.5战术落地

第十三章2016-2019年服装电子商务市场竞争分析

13.1服装电子商务市场竞争现状

13.1.1电商行业竞争特点

13.1.2电商可提高服装企业竞争力

13.1.3服装电子商务竞争重点

- 13.1.4网络服装品牌的差异化竞争
- 13.2主流电商平台跨界涉足服装业务
 - 13.2.1服装是电商品类拓展的切入口
 - 13.2.2卓越亚马逊
 - 13.2.3聚美优品
 - 13.2.4京东商城
 - 13.2.5当当网
- 13.3传统服装企业电商竞争策略
 - 13.3.1品牌塑造
 - 13.3.2新型运营模式
 - 13.3.3差异化道路

第十四章服装电子商务营销模式分析

- 14.1服装电子商务营销变化特征
 - 14.1.1注重用户体验
 - 14.1.2注重品牌化落地发展
 - 14.1.3营销定位的变化
- 14.2会员营销模式
 - 14.2.1会员营销概述
 - 14.2.2会员营销体系
 - 14.2.3会员营销操作方法
 - 14.2.4会员营销步骤
- 14.3搜索引擎营销模式
 - 14.3.1搜索引擎营销服务方式
 - 14.3.2搜索引擎营销的内容
 - 14.3.3搜索引擎营销的特点
 - 14.3.4搜索引擎营销的重要性
 - 14.3.5搜索引擎营销的现状
- 14.4社会化媒体营销模式
 - 14.4.1社会化媒体营销的特点
 - 14.4.2社交媒体营销的优势
 - 14.4.3社交媒体的作用
 - 14.4.4社会化媒体营销的误区
 - 14.4.5使用社交媒体的策略
- 14.5新闻事件营销模式

14.5.1事件营销的基本原则

14.5.2事件营销特性

14.5.3事件营销策略

14.5.4事件营销的要求

14.6软文营销模式

14.6.1软文营销的基本要素

14.6.2软文营销的作用

14.6.3软文营销的技巧

14.6.4软文营销推广方法

第十五章服装电子商务相关产业投资潜力分析

15.1服装行业

15.1.1产业现状分析

15.1.2投资规模状况

15.1.3行业投资机会

15.1.4进入与退出壁垒

15.1.5投资前景分析

15.2电子商务行业

15.2.1市场规模状况

15.2.2行业发展特点

15.2.3市场格局分析

15.2.4发展趋势分析

15.2.5投资前景分析

15.3物流行业

15.3.1物流行业规模

15.3.2电商物流现状

15.3.3转型升级态势

15.3.4竞争热点分析

15.3.5电商物流模式

15.3.6投资前景分析

15.4第三方支付行业

15.4.1行业规模

15.4.2行业结构

15.4.3发展趋势分析

15.4.4行业投资前景

第十六章服装电子商务领先企业分析

16.1 阿里巴巴集团

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

16.2 京东 (JD.com,Inc.)

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

16.3 麦考林有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

16.4 广州唯品会信息科技有限公司 (Vipshop Holdings Limited)

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

第十七章服装企业电子商务渠道开展分析

17.1 服装企业运用电商的优缺点分析

17.1.1 优点分析

17.1.2 缺点分析

17.2 电子商务对服装企业的影响分析

17.2.1 改变企业的经营环境

17.2.2 改变企业的管理模式

17.2.3 改变经营运作手段

17.3 服装企业电子商务成本分析

17.3.1 系统构建成本

17.3.2 技术支持成本

17.3.3 运营管理成本

17.3.4安全成本

17.3.5风险成本

17.3.6其他成本和费用

17.3.7各成本对比

17.4服装企业电子商务效益分析

17.4.1直接效益

17.4.2间接效益

17.4.3潜在效益

17.5中小服装企业建立电子商务网站探析

17.5.1进入需考虑的因素

17.5.2受制因素分析

17.5.3电子商务开展思路

17.5.4遵循的原则

17.6传统服装企业电子商务化分析

17.6.1传统服装企业开展电子商务的优势

17.6.2传统服装企业进入电商的渠道

17.6.3传统服装企业电商运营模式分析

17.6.4传统服饰品牌电子商务案例情况

17.7传统百货电子商务的开展

17.7.1电子商务开展态势

17.7.2传统百货的O2O优势

17.7.3O2O转型后的挑战

17.8服装企业电商的应用原则分析

17.8.1要确立“商务为本”思想

17.8.2加速服装企业内部的信息化建设

17.8.3大企业上下游企业具有吸引力

第十八章服装电子商务行业投融资分析

18.1电子商务行业融资现状

18.1.1融资规模

18.1.2市场特点

18.1.3行业分布

18.1.4地区分布

18.2服装电商企业融资渠道

18.2.1银行贷款

18.2.2海外上市融资

18.2.3股权融资

18.2.4网络融资

18.3服装品牌电商经典融资案例分析

18.3.1爱肯牛仔

18.3.2裂帛

18.3.3李宁

18.3.4茵曼

18.3.5凡客

18.4服装电子商务投资风险及建议

18.4.1市场竞争风险

18.4.2技术性风险

18.4.3电子支付风险

18.4.4政策性风险

18.4.5投资建议

第十九章2020-2026年服装电子商务行业发展前景预测分析

19.1服装电子商务行业发展前景及趋势

19.1.1行业机遇及挑战分析

19.1.2行业潜力分析

19.1.3发展前景分析

19.1.4发展趋势分析

19.22020-2026年服装电子商务行业发展预测分析

19.2.12020-2026年中国服装电子商务行业发展影响因素分析

19.2.22020-2026年中国服装网购交易规模预测

19.2.32020-2026年中国服装行业网购渗透率预测

19.2.42020-2026年中国服装电商移动市场规模预测

图表目录

图表七国集团GDP增长率

图表金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率

图表全球及主要经济体制造业和服务业PMI

图表全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数

图表2016-2019年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表2016-2019年规模以上增加值增速（月度同比）

图表2016-2019年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表2016-2019年房地产开发投资名义增速（累计同比）

图表2016-2019年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表2016-2019年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表2016-2019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

图表详见报告正文……（GY YXY）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国服装电子商务市场分析报告-市场深度研究与投资定位研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/464429464429.html>