

2019年中国服装电子商务行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

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行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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/386675386675.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

一、服装电子商务行业市场发展状况 由于网络购物的优惠价格及方便快捷的服务，网络购物日益成为越来越大众的消费行为，网络市场的巨大潜力吸引众多品牌企业抢滩登陆。其中，传统服装行业在网络这一新型销售渠道中更呈井喷式发展。服装是线上起步最早、规模最大、发展最为成熟的行业；目前依然保持着较快增长，成交人数同比增长超过30%；服装存在非常明显的季末特征，每年的第一、四季度为销售旺季，第二、三季度为淡季；双十一对服装行业的拉动作用愈发显著。

近年来服装行业整体增速趋于平稳。2017年服装行业零售额达到1.92万亿元，同比增长6.0%，2012-2017年CAGR为6.2%，传统行业在出现明显变革前，品牌商争夺的是存量市场中的需求再分配。

服装行业规模及增速

数据来源：安全生产监督管理局服装是网购参与度最高的品类（2017） 数据来源：安全生产监督管理局

2015年以来，服装行业移动端销售额迅猛增长，移动端成交额已占到总体行业销售额一半以上，移动端渗透率在2015年1月左右突破50%，时间点晚于食品、家电数码及美妆行业，但早于鞋包行业。服装行业目前的移动渗透率在所有行业里处领先地位。

二、市场竞争格局

中国电商行业发展早、速度快，经过多年的发展成为社会零售消费中重要的渠道之一。国家统计局公布的实物商品网上零售额显示，2017年国内电商零售规模为5.5万亿元，2013-2017年CAGR为41%。同期，电商的渗透率不断提升，2017年占比社会零售的占比为15%，预测到2020年电商零售规模将达到10.1万亿元，占比社零总额将达到22%。

服装品类有区别于其他品类的独特性，相比3C电子产品个性化程度高，简单的变种就可形成新的设计，在产品质量差异化低的时期，产品可替代性强；相比食品类早期消费者对安全性有所顾虑，服装尤其是成人服装产品比较少有安全性的潜在危险；相比高价商品，服装产品单价低，更容易形成交易。

电商零售规模及增速

数据来源：安全生产监督管理局电商零售占比社零渗透率（2017） 数据来源：安全生产监督管理局

在目前的服装电商市场上，除大型综合性电商外，邦购网、玛萨玛索、梦芭莎、凡客诚品等垂直服装电商也占据了一定的市场份额，而从运营模式上看，既有优衣库、绫致服装、红领集团、衣邦人等O2O电商，又有韩都衣舍、茵曼、裂帛、七格格等淘品牌，另外反向定制的C2M电商量品、必要商城也崭露头角。

三、服装电商行业发展前景预测

“二胎政策”的全面实施使新生婴儿的数量保持甚至超越目前的高增长率，婴幼儿服饰

的需求随之增加，同时，大龄童装消费也在加速增长。未来，伴随童装消费需求的增加童装市场将依旧一片大好，相关数据表明，童装市场规模有望在2017年突破1500亿元。此外，2017年，运动服饰预计将继续领跑，尽管与2016年相比，势头会相对减弱，但运动休闲服饰仍将保持增长之势。

从近年来的数据对比分析，可以看出虽然服装网购交易额增长持续减缓，但这也正是服装电子商务趋向成熟发展的标志。未来几年，服装电商整体规模仍将稳步扩大，占据我国网购市场的绝对份额。

移动电子迅猛发展：随着移动设备的普及，3G商用时代已经到来，无线与传统电子商务企业纷纷试水移动电商，移动电子商务迅猛发展，与此同时，服装电子商务也将在移动端不断进行渠道拓展和分流。

加强自身“诚信度”建设：网络购物深入生活，第三方电子支付规模显著增大，交易规范、信息安全等问题不断凸显。服装电商需加强自身“诚信度”建设，为消费者营造一个交易透明、支付安全的网购环境，增加用户黏性。

店”与“电”相辅相成：传统服装企业依赖革新发展，服装电商离不开品牌和质量，两者都要生存发展，线上线下融合是必然趋势。传统服装品牌做电商之所以能异军突起，说明了传统服装品牌的质量和影响力深入人心，引导着网购用户的选择。此外，随着“用户体验”概念的不断加深，电商更加需要发展线下，提升形象工程。线下试穿、线上下单将成为服装电商未来发展的重要趋势。（ww）

观研天下发布的《2019年中国服装电子商务行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国服装电子商务行业发展概述

第一节 服装电子商务行业发展情况概述

- 一、服装电子商务行业相关定义
- 二、服装电子商务行业基本情况介绍
- 三、服装电子商务行业发展特点分析

第二节 中国服装电子商务行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、服装电子商务行业产业链条分析
- 三、中国服装电子商务行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国服装电子商务行业生命周期分析

- 一、服装电子商务行业生命周期理论概述
- 二、服装电子商务行业所属的生命周期分析

第四节 服装电子商务行业经济指标分析

- 一、服装电子商务行业的赢利性分析
- 二、服装电子商务行业的经济周期分析
- 三、服装电子商务行业附加值的提升空间分析

第五节 中国服装电子商务行业进入壁垒分析

- 一、服装电子商务行业资金壁垒分析
- 二、服装电子商务行业技术壁垒分析
- 三、服装电子商务行业人才壁垒分析
- 四、服装电子商务行业品牌壁垒分析
- 五、服装电子商务行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球服装电子商务行业市场发展现状分析

第一节 全球服装电子商务行业发展历程回顾

第二节 全球服装电子商务行业市场区域分布情况

第三节 亚洲服装电子商务行业地区市场分析

- 一、亚洲服装电子商务行业市场现状分析
- 二、亚洲服装电子商务行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲服装电子商务行业市场前景分析

第四节 北美服装电子商务行业地区市场分析

一、北美服装电子商务行业市场现状分析

二、北美服装电子商务行业市场规模与市场需求分析

三、北美服装电子商务行业市场前景分析

第五节 欧盟服装电子商务行业地区市场分析

一、欧盟服装电子商务行业市场现状分析

二、欧盟服装电子商务行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟服装电子商务行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界服装电子商务行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球服装电子商务行业市场规模预测

第三章 中国服装电子商务产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品服装电子商务总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国服装电子商务行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国服装电子商务产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国服装电子商务行业运行情况

第一节 中国服装电子商务行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国服装电子商务行业市场规模分析

第三节 中国服装电子商务行业供应情况分析

第四节 中国服装电子商务行业需求情况分析

第五节 中国服装电子商务行业供需平衡分析

第六节 中国服装电子商务行业发展趋势分析

第五章 中国服装电子商务所属行业运行数据监测

第一节 中国服装电子商务所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国服装电子商务所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国服装电子商务所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国服装电子商务市场格局分析

第一节 中国服装电子商务行业竞争现状分析

一、中国服装电子商务行业竞争情况分析

二、中国服装电子商务行业主要品牌分析

第二节 中国服装电子商务行业集中度分析

一、中国服装电子商务行业市场集中度分析

二、中国服装电子商务行业企业集中度分析

第三节 中国服装电子商务行业存在的问题

第四节 中国服装电子商务行业解决问题的策略分析

第五节 中国服装电子商务行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国服装电子商务行业需求特点与动态分析

第一节 中国服装电子商务行业消费市场动态情况

第二节 中国服装电子商务行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 服装电子商务行业成本分析

第四节 服装电子商务行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国服装电子商务行业价格现状分析

第六节 中国服装电子商务行业平均价格走势预测

一、中国服装电子商务行业价格影响因素

二、中国服装电子商务行业平均价格走势预测

三、中国服装电子商务行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国服装电子商务行业区域市场现状分析

第一节 中国服装电子商务行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区服装电子商务市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区服装电子商务市场规模分析

四、华东地区服装电子商务市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区服装电子商务市场规模分析

四、华中地区服装电子商务市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区服装电子商务市场规模分析

第九章 2016-2018年中国服装电子商务行业竞争情况

第一节 中国服装电子商务行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国服装电子商务行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国服装电子商务行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 服装电子商务行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国服装电子商务行业发展前景分析与预测

第一节 中国服装电子商务行业未来发展前景分析

一、服装电子商务行业国内投资环境分析

二、中国服装电子商务行业市场机会分析

三、中国服装电子商务行业投资增速预测

第二节 中国服装电子商务行业未来发展趋势预测

第三节 中国服装电子商务行业市场发展预测

一、中国服装电子商务行业市场规模预测

二、中国服装电子商务行业市场规模增速预测

三、中国服装电子商务行业产值规模预测

四、中国服装电子商务行业产值增速预测

五、中国服装电子商务行业供需情况预测

第四节 中国服装电子商务行业盈利走势预测

一、中国服装电子商务行业毛利润同比增速预测

二、中国服装电子商务行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国服装电子商务行业投资风险与营销分析

第一节 服装电子商务行业投资风险分析

一、服装电子商务行业政策风险分析

二、服装电子商务行业技术风险分析

三、服装电子商务行业竞争风险

四、服装电子商务行业其他风险分析

第二节 服装电子商务行业企业经营发展分析及建议

一、服装电子商务行业经营模式

二、服装电子商务行业销售模式

三、服装电子商务行业创新方向

第三节 服装电子商务行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国服装电子商务行业发展策略及投资建议

第一节 中国服装电子商务行业品牌战略分析

- 一、服装电子商务企业品牌的重要性
- 二、服装电子商务企业实施品牌战略的意义
- 三、服装电子商务企业品牌的现状分析
- 四、服装电子商务企业的品牌战略
- 五、服装电子商务品牌战略管理的策略

第二节 中国服装电子商务行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国服装电子商务行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国服装电子商务行业发展策略及投资建议

第一节 中国服装电子商务行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国服装电子商务行业定价策略分析

第三节 中国服装电子商务行业营销渠道策略

- 一、服装电子商务行业渠道选择策略

二、服装电子商务行业营销策略

第四节 中国服装电子商务行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国服装电子商务行业重点投资区域分析

二、中国服装电子商务行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/386675386675.html>