

中国服装电子商务产业深度调研与投资趋势研究 报告（2013-2017）

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《中国服装电子商务产业深度调研与投资趋势研究报告（2013-2017）》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/shipin/153946153946.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

中国报告网发布的服装电子商务产业市场调研报告内容严谨、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、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研究分析。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。

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。

第一章 2011-2012年中国网络购物产业整体运行态势分析

第一节 2011-2012年中国网络购物动行动态分析

第二节 2011-2012年中国网络购物市场剖析

- 一、网络购物市场规模
- 二、网络购物占社会消费品零售总额比重
- 三、交易额规模结构

第三节 2011-2012年中国网络购物发展的问题及对策

- 一、中国网络购物市场尚缺信用保障
- 二、中国网络购物市场“堵漏”需要多管齐下

第二章 2011-2012年中国服装纺织电子商务运行环境解析

第一节 2011-2012年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011-2012年中国服装电子商务产业环境分析

- 一、中国网络购物迅速向大众普及
- 二、金融危机下中国网民热捧网络购物
- 三、网络购物跻身十大网络应用之列

第三节 2011-2012年中国服装电子商务市场宏观状况分析

- 一、网络购物渗透率
- 二、购物金额
- 三、各购物网站网络购物渗透率

第三章 2011-2012年中国服装电子商务产业运行形势分析

第一节 2011-2012年中国服装电子商务产业现状综述

- 一、经济低迷难改服装电子商务强劲势头
- 二、影响网络购物用户购买服装商品的首要因素

第二节 2011-2012年中国服装电子商务产业市场动态分析

- 一、中国服装网络购物增长速度
- 二、中国服装网络购物市场交易规模

第三节 2011-2012年中国服装电子商务热点聚焦

第四章 2011-2012年中国服装电子商务主要产品运行态势分析

第一节 男装

第二节 女装

第三节 孕妇装

第四节 童装

第五章 2011-2012年中国服装电子商务的商业模式分析

第一节 2011-2012年中国服装电子商务产业链的变革

- 一、传统服装产业链条
- 二、服装电子商务的立体化、多渠道产业链
- 三、中国服务电子商务行业整合

第二节 2011-2012年中国服装电子商务各平台模式分析

- 一、服装电子商务B2B模式分析
- 二、服装电子商务B2C模式分析
- 三、服装电子商务C2C模式分析

第三节 2011-2012年中国服装电子商务多渠道模式解析

- 一、“电子商务+目录”销售
- 二、“目录+网站+实体店”

第四节 2011-2012年中国社区互动网站面临盈利难题

- 一、社区互动网站分类
- 二、“广告”和“电子商务”并行
- 三、优势点评

第六章 2011-2012年中国服装电子商务网站的网络营销专题探究

第一节 2011-2012年中国服装电子商务的网络营销方式分析

- 一、电子商务网站网络营销渠道
- 二、服装电子商务网站的几种主要营销方式比较

第二节 2011-2012年中国服装网购用户的媒体接触行为分析

第三节 2011-2012年中国服装网站的评判指标

一、运营商关注：基于用户购买角度的指标评价

二、投资商关注：基于网站综合竞争力的指标体系

第四节 2011-2012年中国服装网站运营商在网站运营中的难点分析

第五节 2011-2012年中国服装网站用户获取与维系专题探析

一、服装网络购物潜在用户分析

二、用户心理价格定位

三、服装网购用户的再次购买

第七章 2011-2012年中国服装网络购物用户市场调查分析

第一节 2011-2012年中国服装网络购物用户属性分析

一、中国服装网络购物用户分布

二、中国服装网络购物用户月收入分布

三、中国服装网络购物用户累计购买次数

四、2009年内服装网络购物用户服装网购的总花销

五、网络购物用户进行网上购物的场所

第二节 2011-2012年中国服装网络购物用户购买行为分析

第八章 2011-2012年中国服装电子商务行业市场竞争格局分析

第一节 2011-2012年中国服装电子商务竞争现状分析

一、服装电子商务竞争加剧

二、PPG的电子商务与传统服装企业的竞争

三、服装电子商务竞争程度分析

四、电子商务服装品牌竞争成直销业重心

第二节 2011-2012年中国服装电子商务行业波特五力竞争模式分析

一、直接竞争者

二、新进入竞争者

三、替代品竞争者

四、供应商

五、购买者

第三节 2013-2017年中国服装电子商务行业竞争趋势分析

第九章 中国服装电子商务知名网站竞争力分析——C2C类型

第一节 淘宝

一、企业基本概况

二、企业竞争优势分析

三、企业主要经营范围分析

第二节 易趣

一、企业基本概况

二、企业竞争优势分析

三、企业主要经营范围分析

第三节 拍拍

一、企业基本概况

二、企业竞争优势分析

三、企业主要经营范围分析

第十章 中国服装电子商务知名网站竞争力分析——B2C类型

第一节 PPG

一、企业基本概况

二、企业竞争优势分析

三、企业主要经营范围分析

第二节 VANCL (凡客)

一、企业基本概况

二、企业竞争优势分析

三、企业主要经营范围分析

第三节 时尚起义

一、企业基本概况

二、企业竞争优势分析

三、企业主要经营范围分析

第四节 逛街网

一、企业基本概况

二、企业竞争优势分析

三、企业主要经营范围分析

第五节 走秀网

一、企业基本概况

二、企业竞争优势分析

三、企业主要经营范围分析

第六节 BONO

一、企业基本概况

二、企业竞争优势分析

三、企业主要经营范围分析

第七节 当当

一、企业基本概况

二、企业竞争优势分析

三、企业主要经营范围分析

第八节 麦网

一、企业基本概况

二、企业竞争优势分析

三、企业主要经营范围分析

第十一章 2011-2012年中国服装包装设计产业运行态势分析

第一节 2011-2012年中国服装包装设计产业现状分析

一、内衣包装设计分析

二、鞋包装设计风格分析

三、包装的美丽所在

第二节 2011-2012年中国服装包装产业市场分析

一、服装包装袋市场分析

二、服装品牌包装内容及存在问题

三、国内服装品牌包装策略

第三节 2013-2017中国服装包装设计产业发展趋势分析

第十二章 2013-2017中国服装电子商务产业发展趋势预测分析

第一节 2013-2017中国服装电子商务产业前景展望分析

第二节 2013-2017中国服装电子商务产业市场预测分析

第三节 2013-2017中国服装电子商务产业市场盈利预测分析

第十三章 2013-2017中国服装电子商务产业投资战略研究

第一节 2013-2017中国服装电子商务产业投资环境分析

第二节 2013-2017中国服装电子商务产业投资机会分析

第三节 2013-2017中国服装电子商务产业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、技术风险分析

三、电子支付风险分析

四、政策性风险分析

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：略.....

更多图表见报告正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/153946153946.html>