

# 2023-2029年中国服装市场 深度分析与投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国服装市场深度分析与投资方向研究报告》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/202307/375257.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

随着互联网时代的来临，传统服装行业拥抱互联网已成为大势所趋！雅戈尔、报喜鸟等一批国内知名服装企业纷纷筹集资金、组织人力迅速跟进；中小的二线知名品牌凭借其可重塑性、高灵活性优势，迅速转型迎合电子商务，并都获得很大成就；诸如容悦Loyer服饰，也早已搭上了服装电子商务的班车，发展得红红火火。整个服装行业已经全面迎接互联网大势，抓住电子商务发展的战略机遇期，纷纷涌入互联网。

然而，由于对网络缺乏更专业的了解，一批服装企业在转入互联网过程中遇到了前所未有的阻碍，企业发展停滞并陷入困境。在这种背景下，把握服装企业发展电子商务的要领，洞悉服装企业电子商务发展之“道”，也便显得尤为关键！

中企顾问网发布的《2023-2029年中国服装市场深度分析与投资方向研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：服装行业电子商务发展环境分析30

1.1 服装行业发展电商的政策环境分析30

1.1.1 服装行业主要政策法规分析30

1.1.2 服装电商相关政策法规分析31

1.1.3 服装电商市场监管部门分析34

1.1.4 服装电商市场发展规划分析35

1.2 服装行业发展电商的产业环境分析36

1.2.1 服装行业整体发展情况分析36

（1）服装行业生命周期分析36

（2）服装行业市场规模分析36

（3）服装行业经营情况分析37

（4）服装行业盈利情况分析38

（5）服装行业出口情况分析38

（6）服装行业区域分布格局39

（7）服装行业竞争情况分析40

## 1.2.2 服装行业传统渠道发展情况分析45

(1) 服装行业销售渠道发展概况45

(2) 服装行业主要销售渠道分析46

(3) 服装行业销售渠道终端分析48

(4) 品牌服装渠道终端结构分析49

(5) 服装行业销售渠道发展趋势50

## 1.2.3 电子商务行业发展情况分析51

(1) 电子商务行业整体发展概述51

(2) 电子商务行业交易规模分析52

1) B2B电子商务交易规模分析53

2) 网络零售市场交易规模分析54

3) 网络团购市场交易规模分析54

(3) 电子商务行业从业人员规模55

(4) 电子商务行业发展趋势分析56

(5) 电子商务行业发展前景预测58

## 1.3 服装行业发展电商的技术环境分析59

1.3.1 电子商务网络技术发展分析59

1.3.2 电子商务安全技术发展分析60

1.3.3 网上支付与结算技术分析61

1.3.4 电子商务技术专利发展分析62

## 1.4 服装行业发展电商的消费环境分析63

1.4.1 消费者消费体验对电商影响63

1.4.2 中国消费者购物习惯衍变分析63

1.4.3 服装消费渠道转移趋势分析64

1.4.4 中国消费人群消费特征分析65

## 第2章：服装行业电商渠道发展现状与前景66

### 2.1 服装行业电商渠道发展历程66

2.1.1 服装电商起步阶段分析66

2.1.2 服装电商市场培育阶段分析66

2.1.3 垂直式服装电商阶段分析67

2.1.4 传统服装企业电商化阶段分析67

- 2.1.5 资本进军服装电商阶段分析67
- 2.2 服装行业电商渠道发展情况分析68
  - 2.2.1 服装电商渠道开拓现状68
  - 2.2.2 服装电商交易规模分析68
    - (1) 服装电商网购规模分析68
    - (2) 服装电商渠道盈利情况69
  - 2.2.3 服装电商渠道存在问题70
- 2.3 服装行业电商渠道发展优劣势分析70
  - 2.3.1 服装电商渠道发展优势分析70
  - 2.3.2 服装电商渠道发展劣势分析70
- 2.4 服装企业发展电商的机遇与挑战71
  - 2.4.1 服装企业发展电商的机遇分析71
  - 2.4.2 服装企业发展电商的挑战分析71
- 2.5 服装企业发展电商成本与效益分析72
  - 2.5.1 服装企业电子商务成本分析72
    - (1) 服装企业电子商务系统构建成本72
    - (2) 服装企业电子商务技术支持成本73
    - (3) 服装企业电子商务运营管理成本73
    - (4) 服装企业电子商务系统安全成本73
    - (5) 服装企业电子商务风险成本分析73
    - (6) 服装企业电子商务其他成本费用73
  - 2.5.2 服装企业电子商务效益分析74
    - (1) 服装企业电子商务直接效益74
    - (2) 服装企业电子商务间接效益75
    - (3) 服装企业电子商务潜在效益75
- 2.6 服装行业电商渠道发展前景预测76
  - 2.6.1 服装电商渠道发展进程预测76
  - 2.6.2 服装电商渠道业务规模预测76
  - 2.6.3 服装电商渠道占比走势预测77

### 第3章：服装企业借助第三方平台电商化模式分析78

- 3.1 借助第三方平台模式的进入成本分析78

- 3.2 国内第三方服装电商平台选择分析78
  - 3.2.1 国内第三方平台市场格局分析78
    - (1) 国内第三方B2B平台市场格局78
    - (2) 国内第三方B2C平台市场格局79
  - 3.2.2 国内三大B2B电商开放平台对比分析80
    - (1) 国内三大B2B电商开放平台服务对比80
    - (2) 国内三大B2B电商开放平台资源对比82
  - 3.2.3 国内四大B2C电商开放平台入驻政策对比82
    - (1) 国内四大B2C电商开放平台准入门槛对比83
    - (2) 国内四大B2C电商开放平台规模对比83
    - (3) 国内四大B2C电商开放平台账期对比83
    - (4) 国内四大B2C电商开放平台资费对比84
    - (5) 国内四大B2C电商开放平台扣点率对比84
- 3.3 主要第三方平台服装电商发展分析84
  - 3.3.1 天猫商城服装电商发展分析84
    - (1) 天猫商城服装电商经营情况85
    - (2) 天猫商城服装电商合作模式85
    - (3) 天猫商城服装电商核心竞争力86
  - 3.3.2 京东商城服装电商经营分析86
    - (1) 京东商城服装电商经营情况86
    - (2) 京东商城服装电商合作模式87
    - (3) 京东商城服装电商核心竞争力87
  - 3.3.3 苏宁商城服装电商经营分析88
    - (1) 苏宁商城服装电商经营情况88
    - (2) 苏宁商城服装电商合作模式88
    - (3) 苏宁商城服装电商核心竞争力89
  - 3.3.4 亚马逊服装电商经营分析89
    - (1) 亚马逊服装电商经营情况89
    - (2) 亚马逊服装电商合作模式90
    - (3) 亚马逊服装电商核心竞争力90
  - 3.3.5 凡客城品服装电商经营分析91
    - (1) 凡客城品服装电商经营情况91

- (2) 凡客城品服装电商合作模式91
- (3) 凡客城品服装电商核心竞争力91
- 3.3.6 当当网服装电商经营分析92
  - (1) 当当网服装电商经营情况92
  - (2) 当当网服装电商合作模式92
  - (3) 当当网服装电商核心竞争力92
- 3.4 借助第三方平台模式发展优劣势分析93
  - 3.4.1 借助第三方平台模式发展优势分析93
  - 3.4.2 借助第三方平台模式发展劣势分析93

#### 第4章：服装企业自主品牌电商化模式分析94

- 4.1 自主品牌电商建设步骤分析94
  - 4.1.1 营造良好外部环境94
  - 4.1.2 加强企业内部管理94
- 4.2 自主品牌电商建设瓶颈分析95
  - 4.2.1 自建官网电商成趋势95
  - 4.2.2 品牌商与电商矛盾升级96
  - 4.2.3 自建电商渠道的三大瓶颈96
- 4.3 自主品牌电商系统建立分析97
- 4.4 自主品牌电商化的推广模式分析98
  - 4.4.1 交叉式推广模式分析98
  - 4.4.2 移动端推广模式分析98
  - 4.4.3 服务主导推广模式分析98
  - 4.4.4 产品、消费者差异推广分析98
- 4.5 自主品牌电商化的优劣势分析99
  - 4.5.1 自主品牌电商化的优势分析99
  - 4.5.2 自主品牌电商化的劣势分析99

#### 第5章：服装企业电子商务外包模式分析101

- 5.1 服装企业电子商务外包模式介绍101
  - 5.1.1 电商外包模式概念介绍101
  - 5.1.2 电商外包模式发展现状101

- 5.1.3 电商外包动作模式分析101
- 5.2 服装企业电商外包特点分析102
  - 5.2.1 电商外包的产业特点分析102
  - 5.2.2 电商外包的企业特点分析102
  - 5.2.3 电商外包的业务特点分析103
  - 5.2.4 电商外包的政府特点分析104
  - 5.2.5 电商外包的政策特点分析104
- 5.3 服装企业电商外包模式优劣势分析104
  - 5.3.1 服装企业电商外包模式优势分析104
  - 5.3.2 服装企业电商外包模式劣势分析105
- 5.4 中小服装企业电子商务服务外包模式106
  - 5.4.1 中小服装企业电子商务整体外包模式107
  - 5.4.2 中小服装企业电子商务部分外包模式107
- 5.5 服装电商外包模式发展趋势与前景分析108
  - 5.5.1 电商外包模式发展必要性分析108
  - 5.5.2 电商外包模式发展可行性分析108
  - 5.5.3 电商外包模式发展影响因素分析109
    - (1) 电商外包模式发展战略因素109
    - (2) 电商外包模式发展技术因素109
    - (3) 电商外包模式发展人才因素110

## 第6章：服装企业电子商务管理运营模式分析111

- 6.1 服装企业的网上销售模式分析111
  - 6.1.1 服装企业的网上销售模式定位111
  - 6.1.2 服装企业的网上批发模式分析111
    - (1) 网上批发模式优势分析111
    - (2) 网上批发模式实施路径112
    - (3) 网上批发模式分销要点112
  - 6.1.3 服装企业的网上零售模式分析112
    - (1) 网上零售模式优势分析112
    - (2) 网上零售模式实施路径113
    - (3) 网上零售模式成功要点115



- 6.2 服装电商内部结构和管理体系分析115
  - 6.2.1 服装电商组织机构设计分析115
    - (1) 服装电商人员配置分析115
    - (2) 服装电商运营流程分析116
  - 6.2.2 服装电商管理机制设计分析117
    - (1) 服装电商激励机制分析117
    - (2) 服装电商创新机制分析117
    - (3) 服装电商竞争机制分析117
  - 6.2.3 服装电商管理制度设计分析117
    - (1) 服装电商采购管理制度分析117
    - (2) 服装电商人员管理制度分析118
    - (3) 服装电商薪酬管理制度分析118
    - (4) 服装电商财务管理制度分析118
- 6.3 服装电商物流主要模式选择策略119
  - 6.3.1 电商物流主要模式优劣势分析119
    - (1) 自建物流配送模式优劣势分析119
    - (2) 第三方物流配送模式优劣势分析120
    - (3) 第四方物流配送模式优劣势分析121
    - (4) 物流联盟配送模式优劣势分析122
    - (5) 物流一体化模式优劣势分析123
    - (6) “O-S-O”物流模式优劣势分析124
  - 6.3.2 电商企业物流模式应用案例分析124
    - (1) 阿里巴巴智能物流案例分析124
    - (2) 京东商城自建物流案例分析126
    - (3) 当当网第三方物流案例分析127
  - 6.3.3 电子商务企业物流成本控制策略127
    - (1) 运输配送成本控制策略128
    - (2) 人力成本控制策略129
    - (3) 库房仓储成本控制策略131
    - (4) 包装耗材成本控制策略132
- 6.4 服装电商推广营销模式分析133
  - 6.4.1 搜索引擎推广营销模式与案例分析133

- (1) 搜索引擎营销分析133
- (2) 搜索引擎营销现状分析133
- (3) 搜索引擎营销成本收益分析134
- (4) 搜索引擎营销案例分析135
- 6.4.2 论坛推广营销模式与案例分析135
  - (1) 论坛营销分析135
  - (2) 论坛营销现状分析137
  - (3) 论坛营销成本收益分析138
  - (4) 论坛营销案例分析138
- 6.4.3 博客推广营销模式与案例分析139
  - (1) 博客营销分析140
  - (2) 博客营销现状分析140
  - (3) 博客营销成本收益分析140
  - (4) 博客营销案例分析141
- 6.4.4 微博推广营销模式与案例分析142
  - (1) 微博营销分析142
  - (2) 微博营销现状分析143
  - (3) 微博营销成本收益分析144
  - (4) 微博营销案例分析144
- 6.4.5 视频推广营销模式与案例分析145
  - (1) 视频营销分析145
  - (2) 视频营销现状分析146
  - (3) 视频营销成本收益分析147
  - (4) 视频营销案例分析148
- 6.4.6 问答推广营销模式与案例分析148
  - (1) 问答营销分析149
  - (2) 问答营销现状分析149
  - (3) 问答营销成本收益分析149
  - (4) 问答营销案例分析150
- 6.4.7 权威百科推广营销模式与案例分析150
  - (1) 权威百科营销分析150
  - (2) 权威百科营销现状分析151

(3) 权威百科营销成本收益分析151

(4) 权威百科营销案例分析151

#### 6.4.8 企业新闻推广营销模式与案例分析152

(1) 企业新闻营销分析152

(2) 企业新闻营销现状分析153

(3) 企业新闻营销成本收益分析153

(4) 企业新闻营销案例分析153

### 第7章：服装电商细分市场投资前景155

#### 7.1 女装电商投资前景分析155

##### 7.1.1 女装行业发展现状分析155

(1) 女装行业市场规模155

(2) 女装行业生命周期156

(3) 女装行业利润水平158

(4) 女装行业存货水平159

(5) 女装市场竞争格局160

(6) 女装市场渠道结构162

##### 7.1.2 女装行业电商投资分析164

(1) 女装行业电商发展现状165

(2) 女装行业电商投资前景165

#### 7.2 男装电商投资前景分析166

##### 7.2.1 男装行业发展现状分析166

(1) 男装行业市场增速166

(2) 男装行业生命周期167

(3) 男装行业利润水平170

(4) 男装行业存货水平171

(5) 男装市场竞争相对缓和173

(6) 男装市场渠道结构175

##### 7.2.2 男装行业电商投资分析176

(1) 男装行业电商发展现状176

(2) 男装行业电商投资前景176

#### 7.3 童装电商投资前景分析177

### 7.3.1 童装行业发展现状分析177

- (1) 童装行业市场规模177
- (2) 童装行业生命周期178
- (3) 童装行业利润水平179
- (4) 童装市场竞争格局180
- (5) 童装市场渠道结构181

### 7.3.2 童装行业电商投资分析183

- (1) 童装行业电商发展现状183
- (2) 童装行业电商投资前景184

## 7.4 休闲服电商投资前景分析185

### 7.4.1 休闲服行业发展现状分析185

- (1) 休闲服行业市场规模185
- (2) 休闲服行业生命周期185
- (3) 休闲服行业利润水平186
- (4) 休闲服行业存货水平187
- (5) 休闲服市场竞争格局189
- (6) 休闲服市场渠道结构191

### 7.4.2 休闲服行业电商投资分析191

- (1) 休闲服行业电商发展现状191
- (2) 休闲服行业电商投资前景192

## 7.5 运动服电商投资前景分析193

### 7.5.1 运动服行业发展现状分析193

- (1) 运动服行业市场规模193
- (2) 运动服行业生命周期194
- (3) 运动服行业利润水平195
- (4) 运动服行业存货水平196
- (5) 运动服市场竞争分析197
- (6) 运动服市场渠道结构198

### 7.5.2 运动服行业电商投资分析199

- (1) 运动服行业电商发展现状199
- (2) 运动服行业电商投资前景199

## 7.6 内衣电商投资前景分析200

## 7.6.1 内衣行业发展现状分析200

(1) 内衣行业市场规模200

(2) 内衣行业生命周期201

(3) 内衣行业利润水平202

(4) 内衣行业存货水平203

(5) 内衣市场竞争格局204

(6) 内衣市场渠道结构206

## 7.6.2 内衣行业电商投资分析213

(1) 内衣行业电商发展现状213

(2) 内衣行业电商投资前景214

## 第8章：服装电商主要融资渠道分析216

### 8.1 服装电商融资环境分析216

#### 8.1.1 服装电商银行融资环境分析216

#### 8.1.2 服装电商证券融资环境分析217

### 8.2 服装电商主要融资模式分析220

#### 8.2.1 服装电商债权融资模式分析220

(1) 信用融资模式分析220

(2) 金融租赁融资分析220

#### 8.2.2 服装电商股权融资模式分析221

(1) 引进风险投资分析221

(2) 杠杆收购融资分析222

(3) 境外上市融资分析222

#### 8.2.3 服装电商贸易融资模式分析223

(1) 票据贴现融资分析223

(2) 商业信用融资分析223

(3) 资产典当融资分析225

(4) 资产管理融资分析226

#### 8.2.4 服装电商其他融资模式分析226

(1) 信托工具融资分析226

(2) 私募股权基金融资分析226

### 8.3 服装电商创新融资模式分析230

## 第9章：领先服装企业电商战略与经验借鉴232

### 9.1 女装企业经营情况与电商渠道建设分析232

#### 9.1.1 朗姿股份有限公司232

- (1) 企业发展简况分析232
- (2) 企业主要经济指标233
- (3) 企业盈利能力分析233
- (4) 企业运营能力分析234
- (5) 企业偿债能力分析234
- (6) 企业发展能力分析235
- (7) 企业产品结构及品牌235
- (8) 企业销售渠道及网络236
- (9) 企业电商渠道建设情况237
- (10) 企业经营优劣势分析237

#### 9.1.2 凯撒（中国）股份有限公司237

- (1) 企业发展简况分析237
- (2) 企业主要经济指标239
- (3) 企业盈利能力分析239
- (4) 企业运营能力分析240
- (5) 企业偿债能力分析240
- (6) 企业发展能力分析241
- (7) 企业产品结构及品牌241
- (8) 企业销售渠道及网络242
- (9) 企业电商渠道建设情况242
- (10) 企业经营优劣势分析242

#### 9.1.3 珠海威丝曼服饰股份有限公司242

- (1) 企业发展简况分析242
- (2) 企业产销能力分析243
- (3) 企业盈利能力分析243
- (4) 企业运营能力分析244
- (5) 企业偿债能力分析244
- (6) 企业发展能力分析245

- (7) 企业产品结构及品牌245
- (8) 企业销售渠道及网络245
- (9) 企业电商渠道建设情况246
- (10) 企业经营优劣势分析246

#### 9.1.4 宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司246

- (1) 企业发展简况分析246
- (2) 企业产销能力分析247
- (3) 企业盈利能力分析247
- (4) 企业运营能力分析248
- (5) 企业偿债能力分析248
- (6) 企业发展能力分析249
- (7) 企业产品结构及品牌249
- (8) 企业销售渠道及网络249
- (9) 企业电商渠道建设情况249
- (10) 企业经营优劣势分析249

#### 9.1.5 深圳影儿时尚集团有限公司250

- (1) 企业发展简况分析250
- (2) 企业产销能力分析250
- (3) 企业盈利能力分析251
- (4) 企业运营能力分析251
- (5) 企业偿债能力分析252
- (6) 企业发展能力分析252
- (7) 企业产品结构及新产品动向253
- (8) 企业销售渠道及网络253
- (9) 企业电商渠道建设情况253
- (10) 企业经营优劣势分析253

#### 9.2 男装企业经营情况与电商渠道建设分析254

##### 9.2.1 海澜集团公司254

- (1) 企业发展简况分析254
- (2) 企业产销能力分析255
- (3) 企业盈利能力分析255
- (4) 企业运营能力分析256

- (5) 企业偿债能力分析256
- (6) 企业发展能力分析257
- (7) 企业产品结构及品牌257
- (8) 企业销售渠道及网络257
- (9) 企业电商渠道建设情况258
- (10) 企业经营优劣势分析258

#### 9.2.2 雅戈尔集团股份有限公司258

- (1) 企业发展简况分析258
- (2) 企业主要经济指标259
- (3) 企业盈利能力分析259
- (4) 企业运营能力分析260
- (5) 企业偿债能力分析260
- (6) 企业发展能力分析261
- (7) 企业产品结构及品牌262
- (8) 企业销售渠道及网络262
- (9) 企业电商渠道建设情况263
- (10) 企业经营优劣势分析263

#### 9.2.3 希努尔男装股份有限公司264

- (1) 企业发展简况分析264
- (2) 企业主要经济指标265
- (3) 企业盈利能力分析265
- (4) 企业运营能力分析266
- (5) 企业偿债能力分析266
- (6) 企业发展能力分析267
- (7) 企业产品结构及品牌267
- (8) 企业销售渠道及网络268
- (9) 企业电商渠道建设情况268
- (10) 企业经营优劣势分析269

#### 9.2.4 浙江报喜鸟服饰股份有限公司269

- (1) 企业发展简况分析269
- (2) 企业主要经济指标270
- (3) 企业盈利能力分析270



- (4) 企业运营能力分析271
- (5) 企业偿债能力分析271
- (6) 企业发展能力分析272
- (7) 企业产品结构及品牌272
- (8) 企业销售渠道及网络273
- (9) 企业电商渠道建设情况274
- (10) 企业经营优劣势分析274
- 9.2.5 利郎(中国)有限公司274
  - (1) 企业发展简况分析274
  - (2) 企业主要经济指标275
  - (3) 企业盈利能力分析275
  - (4) 企业运营能力分析276
  - (5) 企业偿债能力分析277
  - (6) 企业发展能力分析277
  - (7) 企业产品结构及品牌278
  - (8) 企业销售渠道及网络278
  - (9) 企业电商渠道建设情况279
  - (10) 企业经营优劣势分析279
- 9.2.6 劲霸男装股份有限公司280
  - (1) 企业发展简况分析280
  - (2) 企业产销能力分析281
  - (3) 企业盈利能力分析281
  - (4) 企业运营能力分析282
  - (5) 企业偿债能力分析282
  - (6) 企业发展能力分析282
  - (7) 企业产品结构及品牌283
  - (8) 企业销售渠道及网络283
  - (9) 企业电商渠道建设情况283
  - (10) 企业经营优劣势分析283
- 9.2.7 九牧王股份有限公司284
  - (1) 企业发展简况分析284
  - (2) 企业主要经济指标284

- (3) 企业盈利能力分析285
- (4) 企业运营能力分析285
- (5) 企业偿债能力分析286
- (6) 企业发展能力分析286
- (7) 企业产品结构及品牌287
- (8) 企业销售渠道及网络287
- (9) 企业电商渠道建设情况288
- (10) 企业经营优劣势分析288

#### 9.2.8 福建七匹狼实业股份有限公司289

- (1) 企业发展简况分析289
- (2) 企业主要经济指标289
- (3) 企业盈利能力分析290
- (4) 企业运营能力分析290
- (5) 企业偿债能力分析291
- (6) 企业发展能力分析291
- (7) 企业产品结构及品牌292
- (8) 企业销售渠道及网络293
- (9) 企业电商渠道建设情况294
- (10) 企业经营优劣势分析294

#### 9.2.9 广州卡奴迪路服饰股份有限公司295

- (1) 企业发展简况分析295
- (2) 企业主要经济指标295
- (3) 企业盈利能力分析296
- (4) 企业运营能力分析296
- (5) 企业偿债能力分析297
- (6) 企业发展能力分析297
- (7) 企业产品结构及品牌298
- (8) 企业销售渠道及网络298
- (9) 企业电商渠道建设情况299
- (10) 企业经营优劣势分析300

### 9.3 童装企业经营情况与电商渠道建设分析300

#### 9.3.1 浙江森马服饰股份有限公司300

- (1) 企业发展简况分析300
- (2) 企业主要经济指标301
- (3) 企业盈利能力分析301
- (4) 企业运营能力分析302
- (5) 企业偿债能力分析302
- (6) 企业发展能力分析303
- (7) 企业产品结构及品牌303
- (8) 企业销售渠道及网络304
- (9) 企业电商渠道建设情况304
- (10) 企业经营优劣势分析305

#### 9.3.2 广东小猪班纳服饰股份有限公司305

- (1) 企业发展简况分析306
- (2) 企业产销能力分析306
- (3) 企业盈利能力分析307
- (4) 企业运营能力分析307
- (5) 企业偿债能力分析308
- (6) 企业发展能力分析308
- (7) 企业产品结构及品牌309
- (8) 企业销售渠道及网络309
- (9) 企业电商渠道建设情况309
- (10) 企业经营优劣势分析309

#### 9.3.3 宝派少儿服饰(中国)有限公司309

- (1) 企业发展简况分析309
- (2) 企业产销能力分析310
- (3) 企业盈利能力分析310
- (4) 企业运营能力分析311
- (5) 企业偿债能力分析311
- (6) 企业发展能力分析312
- (7) 企业产品结构及品牌312
- (8) 企业销售渠道及网络313
- (9) 企业电商渠道建设情况313
- (10) 企业经营优劣势分析313

#### 9.3.4 红黄蓝集团有限公司313

- (1) 企业发展简况分析313
- (2) 企业产销能力分析314
- (3) 企业盈利能力分析314
- (4) 企业运营能力分析315
- (5) 企业偿债能力分析315
- (6) 企业发展能力分析316
- (7) 企业产品结构及品牌316
- (8) 企业销售渠道及网络316
- (9) 企业电商渠道建设情况317
- (10) 企业经营优劣势分析317

#### 9.3.5 泉州格林服装有限公司317

- (1) 企业发展简况分析317
- (2) 企业产销能力分析317
- (3) 企业盈利能力分析318
- (4) 企业运营能力分析318
- (5) 企业偿债能力分析319
- (6) 企业发展能力分析319
- (7) 企业产品结构及品牌320
- (8) 企业销售渠道及网络320
- (9) 企业电商渠道建设情况320
- (10) 企业经营优劣势分析320

#### 9.4 运动服装企业经营情况与电商渠道建设分析321

##### 9.4.1 特步国际控股有限公司321

- (1) 企业发展简况分析321
- (2) 企业主要经济指标322
- (3) 企业盈利能力分析322
- (4) 企业运营能力分析323
- (5) 企业偿债能力分析323
- (6) 企业发展能力分析324
- (7) 企业产品结构及品牌324
- (8) 企业销售渠道及网络324

(9) 企业电商渠道建设情况325

(10) 企业经营优劣势分析325

#### 9.4.2 安踏体育用品有限公司325

(1) 企业发展简况分析325

(2) 企业主要经济指标325

(3) 企业盈利能力分析326

(4) 企业运营能力分析326

(5) 企业偿债能力分析327

(6) 企业发展能力分析327

(7) 企业产品结构及品牌328

(8) 企业销售渠道及网络328

(9) 企业电商渠道建设情况328

(10) 企业经营优劣势分析329

#### 9.4.3 李宁有限公司329

(1) 企业发展简况分析329

(2) 企业主要经济指标329

(3) 企业盈利能力分析330

(4) 企业运营能力分析330

(5) 企业偿债能力分析331

(6) 企业发展能力分析331

(7) 企业产品结构及品牌332

(8) 企业销售渠道及网络332

(9) 企业电商渠道建设情况332

(10) 企业经营优劣势分析333

#### 9.4.4 三六一度国际有限公司333

(1) 企业发展简况分析333

(2) 企业主要经济指标333

(3) 企业盈利能力分析334

(4) 企业运营能力分析334

(5) 企业偿债能力分析335

(6) 企业发展能力分析335

(7) 企业产品结构及品牌336

- (8) 企业销售渠道及网络336
- (9) 企业电商渠道建设情况336
- (10) 企业经营优劣势分析336
- 9.4.5 匹克体育用品有限公司337
  - (1) 企业发展简况分析337
  - (2) 企业主要经济指标337
  - (3) 企业盈利能力分析338
  - (4) 企业运营能力分析338
  - (5) 企业偿债能力分析339
  - (6) 企业发展能力分析339
  - (7) 企业产品结构及品牌339
  - (8) 企业销售渠道及网络340
  - (9) 企业电商渠道建设情况340
  - (10) 企业经营优劣势分析340
- 9.5 休闲服装企业经营情况与电商渠道建设分析340
  - 9.5.1 上海美特斯邦威服饰股份有限公司352
    - (1) 企业发展简况分析352
    - (2) 企业主要经济指标352
    - (3) 企业盈利能力分析353
    - (4) 企业运营能力分析353
    - (5) 企业偿债能力分析354
    - (6) 企业发展能力分析354
    - (7) 企业产品结构及品牌355
    - (8) 企业销售渠道及网络355
    - (9) 企业电商渠道建设情况355
    - (10) 企业经营优劣势分析356
  - 9.5.2 堡狮龙国际集团有限公司356
    - (1) 企业发展简况分析356
    - (2) 企业主要经济指标357
    - (3) 企业盈利能力分析357
    - (4) 企业运营能力分析358
    - (5) 企业偿债能力分析358

(6) 企业发展能力分析359

(7) 企业产品结构及品牌359

(8) 企业销售渠道及网络359

(9) 企业电商渠道建设情况360

(10) 企业经营优劣势分析360

#### 9.6 内衣企业经营情况与电商渠道建设分析360

##### 9.6.1 安莉芳(中国)服装有限公司360

(1) 企业发展简况分析360

(2) 企业产销能力分析361

(3) 企业盈利能力分析362

(4) 企业运营能力分析362

(5) 企业偿债能力分析363

(6) 企业发展能力分析363

(7) 企业产品结构及品牌364

(8) 企业销售渠道及网络364

(9) 企业电商渠道建设情况365

(10) 企业经营优劣势分析365

##### 9.6.2 华歌尔(中国)时装有限公司365

(1) 企业发展简况分析365

(2) 企业产销能力分析366

(3) 企业盈利能力分析366

(4) 企业运营能力分析367

(5) 企业偿债能力分析367

(6) 企业发展能力分析368

(7) 企业产品结构及品牌368

(8) 企业销售渠道及网络368

(9) 企业电商渠道建设情况369

(10) 企业经营优劣势分析369

##### 9.6.3 广东曼妮芬服装有限公司369

(1) 企业发展简况分析369

(2) 企业产销能力分析370

(3) 企业盈利能力分析370

- (4) 企业运营能力分析371
- (5) 企业偿债能力分析371
- (6) 企业发展能力分析371
- (7) 企业产品结构及品牌372
- (8) 企业销售渠道及网络372
- (9) 企业电商渠道建设情况372
- (10) 企业经营优劣势分析372

#### 9.6.4 北京爱慕内衣有限公司373

- (1) 企业发展简况分析373
- (2) 企业产销能力分析374
- (3) 企业盈利能力分析374
- (4) 企业运营能力分析375
- (5) 企业偿债能力分析375
- (6) 企业发展能力分析375
- (7) 企业产品结构及品牌376
- (8) 企业销售渠道及网络376
- (9) 企业电商渠道建设情况376
- (10) 企业经营优劣势分析376

#### 9.6.5 上海古今内衣制造有限公司经营情况分析377

- (1) 企业发展简况分析377
- (2) 企业产销能力分析377
- (3) 企业盈利能力分析378
- (4) 企业运营能力分析378
- (5) 企业偿债能力分析379
- (6) 企业发展能力分析379
- (7) 企业产品结构及品牌380
- (8) 企业销售渠道及网络380
- (9) 企业电商渠道建设情况380
- (10) 企业经营优劣势分析380

#### 9.7 网络品牌服装电商发展战略与经营分析380

##### 9.7.1 上海麦考林国际邮购有限公司380

- (1) 企业发展简况分析380



- (2) 企业主要业务分析381
- (3) 企业产品领域分析381
- (4) 企业渠道分布情况381
- (5) 企业整体经营情况382
- (6) 企业盈利情况分析383
- (7) 企业服装电商运作模式387
- (8) 企业服装电商战略分析387

#### 9.7.2 广东梦芭莎电子商务有限公司387

- (1) 企业发展简况分析387
- (2) 企业主要业务分析388
- (3) 企业产品领域分析388
- (4) 企业渠道分布情况388
- (5) 企业整体经营情况389
- (6) 企业服装电商运作模式389
- (7) 企业服装电商战略分析390

#### 9.7.3 山东韩都衣舍电子商务有限公司390

- (1) 企业发展简况分析390
- (2) 企业主要业务分析391
- (3) 企业产品领域分析391
- (4) 企业整体经营情况391
- (5) 企业服装电商运作模式392
- (6) 企业服装电商战略分析392

#### 9.7.4 杭州黯涉电子商务有限公司392

- (1) 企业发展简况分析392
- (2) 企业主要业务分析393
- (3) 企业产品领域分析393
- (4) 企业整体经营情况393
- (5) 企业服装电商运作模式393

#### 9.7.5 深圳市欧莎世家服饰有限公司393

- (1) 企业发展简况分析393
- (2) 企业主要业务分析394
- (3) 企业产品领域分析394

- (4) 企业渠道分布情况394
- (5) 企业整体经营情况394
- (6) 企业服装电商战略分析394

## 第10章：服装电商发展趋势与投资建议396

### 10.1 服装电商发展趋势分析396

#### 10.1.1 服装电商模式衍变趋势396

#### 10.1.2 服装电商外包趋势分析397

#### 10.1.3 移动电商发展趋势分析398

### 10.2 服装行业电商发展进程预测399

#### 10.2.1 生产企业电商进程预测399

#### 10.2.2 传统渠道商电商进程预测400

#### 10.2.3 第三方平台电商进程预测401

### 10.3 服装电商市场规模与前景预测402

#### 10.3.1 服装电商消费人数预测402

#### 10.3.2 服装电商市场规模预测403

#### 10.3.3 服装电商竞争前景预测403

### 10.4 服装电商投资风险分析404

#### 10.4.1 服装电商市场风险分析404

#### 10.4.2 服装电商竞争风险分析404

#### 10.4.3 服装电商资金风险分析404

#### 10.4.4 服装电商成本风险分析405

#### 10.4.5 服装电商管理风险分析405

#### 10.4.6 服装电商技术风险分析405

### 10.5 服装电商相关投资建议405

#### 10.5.1 服装电商投资准备建议405

#### 10.5.2 服装电商投资战略建议406

#### 10.5.3 服装电商投资模式借鉴406

#### 10.5.4 服装电商运营模式建议407

#### 10.5.5 服装电商风险规避建议408

## 图表目录

- 图表1：近年来我国纺织服装行业相关政策法规30
- 图表2：电子商务行业相关政策汇总与解读31
- 图表3：电子商务行业支付与快递环节相关政策法规33
- 图表4：电子商务和信息化司的主要职能34
- 图表5：中国电子商务行业“十四五”规划发展重点35
- 图表6：我国服装行业的生命周期阶段36
- 图表7：2016-2021年我国服装行业销售额及同比增速（单位：亿元，%）36
- 图表8：2016-2021年服装行业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）37
- 图表9：2016-2021年中国服装行业盈利能力分析（单位：%）38
- 图表10：我国服装及衣着附件月度出口金额及同比增速（单位：万美元，%）39
- 图表11：我国服装及衣着附件累计出口金额及同比增速（单位：万美元，%）39
- 图表12：销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）40
- 图表13：2016-2021年中国服装行业不同性质企业竞争格局（按销售收入）（单位：%）40
- 图表14：国际服装知名品牌41
- 图表15：国际女装知名品牌42
- 图表16：国际男装知名品牌42
- 图表17：截至2021年国际快时尚品牌中国市场拓展情况（单位：家）43
- 图表18：国际快时尚品牌最多入驻门店前十城市（单位：家）44
- 图表19：我国服装行业销售渠道发展阶段45
- 图表20：我国服装行业的主要销售渠道46
- 图表21：2016-2021年我国服装行业渠道结构（单位：%）48
- 图表22：中美两国服装市场渠道结构比较（单位：%）49
- 图表23：我国主要女装品牌的渠道模式49
- 图表24：我国女装企业多采用多品牌战略50
- 图表25：2016-2021年中国电子商务交易额及增长情况预测（单位：万亿元，%）52
- 图表26：2016-2021年中国电子商务B2B交易规模及预测（单位：万亿元，%）53
- 图表27：2016-2021年中国网购市场交易规模及预测（单位：亿元，%）54
- 图表28：2016-2021年中国网络团购市场交易额（单位：亿元）54
- 图表29：2016-2021年中国电子商务直接从业人员规模及预测（单位：万人）55
- 图表30：2016-2021年中国电子商务带动从业人员规模（单位：万人）56
- 图表31：我国电子商务行业发展趋势56
- 图表32：2022-2027年中国电子商务市场交易额预测（单位：万亿元）58

图表33：2016-2021年电子商务相关专利申请数量变化图（单位：项）62

图表34：美国B2C电子商务网站100强中服饰销售占比（单位：%）64

图表35：服装网购消费群的年龄（左）与价格区间（右）分布65

图表36：我国服装行业电子商务发展阶段的划分66

图表37：2016-2021年中国服装网购市场规模及同比增速（单位：亿元，%）68

图表38：2016-2021年中国服装网购市场规模在整个网购中的比例（单位：%）69

图表39：我国服装电子商务即将进入成熟期76

图表40：2022-2027年中国服装网购市场规模预测图（单位：亿元，%）76

图表41：2022-2027年我国服装网购市场规模在服装行业销售收入中的比例（单位：%）77

图表42：中国电子商务B2B企业市场份额（单位：%）79

图表43：B2C平台网络购物市场份额（单位：%）79

图表44：国内三大B2B电商开放平台服务对比80

图表45：国内三大B2B电商开放平台资源对比82

图表46：国内四大B2C电商开放平台准入门槛对比83

图表47：国内四大B2C电商开放平台规模对比83

图表48：国内四大B2C电商开放平台账期对比83

图表49：国内四大B2C电商开放平台资费对比84

图表50：国内四大B2C电商开放平台扣点率对比84

图表51：借助第三方平台模式发展优势93

图表52：借助第三方平台模式发展劣势93

图表53：自主品牌电商化的优势99

图表54：自主品牌电商化的劣势99

图表55：国内典型电子商务外包企业及服务客户103

图表56：xx服装企业电商人员编制情况115

图表57：xx服装企业电商人员配置明细（单位：人）116

图表58：xx服装企业电商业务流程图116

图表59：电子商务自建物流配送流程示意图119

图表60：自营物流模式优劣势分析119

图表61：电子商务第三方物流流程示意图120

图表62：第三方物流模式优劣势分析120

图表63：第四方物流模式图121

图表64：第四方物流模式优劣势分析121

图表65：电子商务物流联盟配送流程示意图122

图表66：物流联盟模式优劣势分析123

图表67：物流一体化模式优劣势分析123

图表68：“O-S-O”模式优劣势分析124

图表69：电商物流运输配送成本控制策略128

图表70：先进先出方式分析131

图表71：搜索引擎营销结构模式133

图表72：搜索引擎的营销投资收益情况134

图表73：论坛营销结构分析136

图表74：论坛营销步骤136

图表75：三星论坛营销成功原因分析139

图表76：2016-2021年我国博客/个人空间网民数及使用率（单位：万人，%）140

图表77：微博营销结构142

图表78：2016-2021年微博用户规模及使用率（单位：万人，%）143

图表79：视频营销策略分析145

图表80：2016-2021年网络视频用户规模及使用率（单位：万人，%）146

图表81：问答营销结构分析149

图表82：新闻营销结构分析152

图表83：2016-2021年我国女装行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%）155

图表84：我国女装市场容量及高端女装市场容量占比（单位：%）155

图表85：我国女装行业生命周期阶段156

图表86：我国女装品牌的发展历程157

图表87：我国领先高端女装品牌创立时间157

图表88：我国高端女装行业发展特点157

图表89：2016-2021年我国女装行业毛利率和销售利润率走势（单位：%）158

图表90：2016-2021年我国主要女装品牌的毛利率走势（单位：%）159

图表91：2016-2021年我国主要女装品牌的存货周转率（单位：次）160

图表92：2016-2021年我国女装主要品牌存货余额（单位：万元）160

图表93：2016-2021年高端女装市场排名前十的品牌集中度（单位：%）161

图表94：我国女装主要竞争品牌情况161

图表95：我国主要女装品牌的渠道模式162

图表96：未朗姿股份门店数量（单位：个）163

图表97：我国女装企业多采用多品牌战略164

图表98：国内领先高端女装品牌规模与品牌数量对比图164

图表99：女装重点企业电商渠道开拓模式165

图表100：女装企业电商投资前景影响因素165

图表101：2016-2021年我国男装市场零售规模及预测（单位：十亿元）166

图表102：2016-2021年我国主要男装品牌订货会情况（单位：%）167

图表103：我国男装行业的生命周期阶段167

图表104：男装各定位对应价格范围（单位：元）169

图表105：2016-2021年国内市场各价格级别男装零售规模（单位：十亿元）169

图表106：2016-2021年各价格级别男装零售收益复合年增长率（单位：%）169

图表107：2016-2021年我国男装主要品牌毛利率水平（单位：%）170

图表108：2016-2021年我国男装主要品牌销售利润率水平（单位：%）171

图表109：2016-2021年我国主要男装品牌存货周转率走势（单位：次）171

图表110：我国男装主要品牌存货余额（单位：亿元）172

图表111：2016-2021年我国男装主要品牌存货余额同比增速（单位：%）172

图表112：男装行业主要细分市场集中度（单位：%）173

图表113：国内男装行业竞争相对缓和174

图表114：国内外定位中高端产品的男装品牌竞争对比174

图表115：男装重点企业电商渠道开拓模式176

图表116：男装企业电商投资前景影响因素176

图表117：2016-2021年我国童装市场规模（单位：亿元）177

图表118：我国童装行业的生命周期阶段178

图表119：我国童装行业品牌市场份额（单位：%）179

图表120：2016-2021年森马童装服饰毛利率走势（单位：%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/375257.html>