

2024-2030年中国服装电商 行业分析与市场调查预测报告

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年中国服装电商行业分析与市场调查预测报告》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/202401/436849.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

目前我国服装电商领域仍在快速发展，2018年中国服装电商市场规模达到8205.4亿元，同比增长22%，预计2019年有望突破一万亿元。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国服装电商行业分析与市场调查预测报告》共十章。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 服装所属行业电子商务发展环境分析

1.1 服装行业发展电商的政策环境分析

1.1.1 服装行业主要政策法规分析

1.1.2 服装电商相关政策法规分析

1.1.3 服装电商市场监管部门分析

1.1.4 服装电商市场发展规划分析

1.2 服装所属行业发展电商的产业环境分析

1.2.1 服装所属行业整体发展情况分析

(1) 服装所属行业生命周期分析

(2) 服装所属行业市场规模分析

(3) 服装所属行业经营情况分析

(4) 服装所属行业盈利情况分析

(5) 服装所属行业出口情况分析

(6) 服装所属行业区域分布格局

(7) 服装行业竞争情况分析

1.2.2 服装行业传统渠道发展情况分析

- (1) 服装行业销售渠道发展概况
- (2) 服装行业主要销售渠道分析
- (3) 服装行业销售渠道终端分析
- (4) 品牌服装渠道终端结构分析
- (5) 服装行业销售渠道发展趋势预测分析

1.2.3 电子商务所属行业发展情况分析

- (1) 电子商务行业整体发展概述
- (2) 电子商务行业交易规模分析
 - 1) B2B电子商务交易规模分析
 - 2) 网络零售市场交易规模分析
 - 3) 网络团购市场交易规模分析
- (3) 电子商务所属行业从业人员规模
- (4) 电子商务所属行业发展趋势预测
- (5) 电子商务所属行业发展前景预测分析

1.3 服装行业发展电商的技术环境分析

1.3.1 电子商务网络技术发展分析

1.3.2 电子商务安全技术发展分析

1.3.3 网上支付与结算技术分析

1.3.4 电子商务技术专利发展分析

1.4 服装行业发展电商的消费环境分析

1.4.1 消费者消费体验对电商影响

1.4.2 中国消费者购物习惯衍变分析

1.4.3 服装消费渠道转移趋势预测

1.4.4 中国消费人群消费特征分析

第二章 服装行业电商渠道发展现状与前景

2.1 服装行业电商渠道发展历程

2.1.1 服装电商起步阶段分析

2.1.2 服装电商市场培育阶段分析

2.1.3 垂直式服装电商阶段分析

2.1.4 传统服装企业电商化阶段分析

2.1.5 资本进军服装电商阶段分析

2.2 服装行业电商渠道发展情况分析

2.2.1 服装电商渠道开拓现状调研

2.2.2 服装电商交易规模分析

(1) 服装电商网购规模分析

(2) 服装电商渠道盈利状况分析

2.2.3 服装电商渠道存在问题

2.3 服装行业电商渠道发展优劣势分析

2.3.1 服装电商渠道发展优势分析

2.3.2 服装电商渠道发展劣势分析

2.4 服装企业发展电商的机遇与挑战

2.4.1 服装企业发展电商的机遇分析

2.4.2 服装企业发展电商的挑战分析

2.5 服装企业发展电商成本与效益分析

2.5.1 服装企业电子商务成本分析

(1) 服装企业电子商务系统构建成本

(2) 服装企业电子商务技术支持成本

(3) 服装企业电子商务运营管理成本

(4) 服装企业电子商务系统安全成本

(5) 服装企业电子商务风险成本分析

(6) 服装企业电子商务其他成本费用

2.5.2 服装企业电子商务效益分析

(1) 服装企业电子商务直接效益

(2) 服装企业电子商务间接效益

(3) 服装企业电子商务潜在效益

2.6 服装行业电商渠道发展前景预测分析

2.6.1 服装电商渠道发展进程预测分析

2.6.2 服装电商渠道业务规模预测分析

2.6.3 服装电商渠道占比走势预测分析

第三章 服装企业借助第三方平台电商化模式分析

3.1 借助第三方平台模式的进入成本分析

3.2 国内第三方服装电商平台选择分析

3.2.1 国内第三方平台市场格局分析

(1) 国内第三方B2B平台市场格局

(2) 国内第三方B2C平台市场格局

3.2.2 国内三大B2B电商开放平台对比分析

(1) 国内三大B2B电商开放平台服务对比

(2) 国内三大B2B电商开放平台资源对比

3.2.3 国内四大B2C电商开放平台入驻政策对比

(1) 国内四大B2C电商开放平台准入门槛对比

(2) 国内四大B2C电商开放平台规模对比

(3) 国内四大B2C电商开放平台账期对比

(4) 国内四大B2C电商开放平台资费对比

(5) 国内四大B2C电商开放平台扣点率对比

3.3 主要第三方平台服装电商发展分析

3.3.1 天猫商城服装电商发展分析

(1) 天猫商城服装电商经营状况分析

(2) 天猫商城服装电商合作模式

(3) 天猫商城服装电商核心竞争力

3.3.2 京东商城服装电商经营分析

(1) 京东商城服装电商经营状况分析

(2) 京东商城服装电商合作模式

(3) 京东商城服装电商核心竞争力

3.3.3 苏宁商城服装电商经营分析

(1) 苏宁商城服装电商经营状况分析

(2) 苏宁商城服装电商合作模式

(3) 苏宁商城服装电商核心竞争力

3.3.4 亚马逊服装电商经营分析

(1) 亚马逊服装电商经营状况分析

(2) 亚马逊服装电商合作模式

(3) 亚马逊服装电商核心竞争力

3.3.5 凡客城品服装电商经营分析

(1) 凡客城品服装电商经营状况分析

(2) 凡客城品服装电商合作模式

(3) 凡客城品服装电商核心竞争力

3.3.6 当当网服装电商经营分析

(1) 当当网服装电商经营状况分析

(2) 当当网服装电商合作模式

(3) 当当网服装电商核心竞争力

3.4 借助第三方平台模式发展优劣势分析

3.4.1 借助第三方平台模式发展优势分析

3.4.2 借助第三方平台模式发展劣势分析

第四章 服装企业自主品牌电商化模式分析

4.1 自主品牌电商建设步骤分析

4.1.1 营造良好外部环境

4.1.2 加强企业内部管理

4.2 自主品牌电商建设瓶颈分析

4.2.1 自建官网电商成趋势预测分析

4.2.2 品牌商与电商矛盾升级

4.2.3 自建电商渠道的三大瓶颈

4.3 自主品牌电商系统建立分析

4.4 自主品牌电商化的推广模式分析

4.4.1 交叉式推广模式分析

4.4.2 移动端推广模式分析

4.4.3 服务主导推广模式分析

4.4.4 产品、消费者差异推广分析

4.5 自主品牌电商化的优劣势分析

4.5.1 自主品牌电商化的优势分析

4.5.2 自主品牌电商化的劣势分析

第五章 服装企业电子商务外包模式分析

5.1 服装企业电子商务外包模式介绍

5.1.1 电商外包模式概念介绍

5.1.2 电商外包模式发展现状调研

5.1.3 电商外包动作模式分析

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

第六章 服装企业电子商务管理运营模式分析

- 6.1 服装企业的网上销售模式分析
 - 6.1.1 服装企业的网上销售模式定位
 - 6.1.2 服装企业的网上批发模式分析
 - (1) 网上批发模式优势分析
 - (2) 网上批发模式实施路径
 - (3) 网上批发模式分销要点
 - 6.1.3 服装企业的网上零售模式分析
 - (1) 网上零售模式优势分析
 - (2) 网上零售模式实施路径
 - (3) 网上零售模式成功要点
- 6.2 服装电商内部结构和管理体系分析

6.2.1 服装电商组织机构设计分析

- (1) 服装电商人员配置分析
- (2) 服装电商运营流程分析

6.2.2 服装电商管理机制设计分析

- (1) 服装电商激励机制分析
- (2) 服装电商创新机制分析
- (3) 服装电商竞争机制分析

6.2.3 服装电商管理制度设计分析

- (1) 服装电商采购管理制度分析
- (2) 服装电商人员管理制度分析
- (3) 服装电商薪酬管理制度分析
- (4) 服装电商财务管理制度分析

6.3 服装电商物流主要模式选择策略

6.3.1 电商物流主要模式优劣势分析

- (1) 自建物流配送模式优劣势分析
- (2) 第三方物流配送模式优劣势分析
- (3) 第四方物流配送模式优劣势分析
- (4) 物流联盟配送模式优劣势分析
- (5) 物流一体化模式优劣势分析
- (6) “O-S-O”物流模式优劣势分析

6.3.2 电商企业物流模式应用案例分析

- (1) 阿里巴巴智能物流案例分析
- (2) 京东商城自建物流案例分析
- (3) 当当网第三方物流案例分析

6.3.3 电子商务企业物流成本控制策略

- (1) 运输配送成本控制策略
- (2) 人力成本控制策略
- (3) 库房仓储成本控制策略
- (4) 包装耗材成本控制策略

6.4 服装电商推广营销模式分析

6.4.1 搜索引擎推广营销模式与案例分析

- (1) 搜索引擎营销分析

(2) 搜索引擎营销现状分析

(3) 搜索引擎营销成本收益分析

(4) 搜索引擎营销案例分析

6.4.2 论坛推广营销模式与案例分析

(1) 论坛营销分析

(2) 论坛营销现状分析

(3) 论坛营销成本收益分析

(4) 论坛营销案例分析

6.4.3 博客推广营销模式与案例分析

(1) 博客营销分析

(2) 博客营销现状分析

(3) 博客营销成本收益分析

(4) 博客营销案例分析

6.4.4 微博推广营销模式与案例分析

(1) 微博营销分析

(2) 微博营销现状分析

(3) 微博营销成本收益分析

(4) 微博营销案例分析

6.4.5 视频推广营销模式与案例分析

(1) 视频营销分析

(2) 视频营销现状分析

(3) 视频营销成本收益分析

(4) 视频营销案例分析

6.4.6 问答推广营销模式与案例分析

(1) 问答营销分析

(2) 问答营销现状分析

(3) 问答营销成本收益分析

(4) 问答营销案例分析

6.4.7 权威百科推广营销模式与案例分析

(1) 权威百科营销分析

(2) 权威百科营销现状分析

(3) 权威百科营销成本收益分析

(4) 权威百科营销案例分析

6.4.8 企业新闻推广营销模式与案例分析

(1) 企业新闻营销分析

(2) 企业新闻营销现状分析

(3) 企业新闻营销成本收益分析

(4) 企业新闻营销案例分析

第七章 服装电商细分市场投资前景

7.1 女装电商投资前景预测

7.1.1 女装行业发展现状分析

(1) 女装行业市场规模

(2) 女装行业生命周期

(3) 女装行业利润水平

(4) 女装行业存货水平

(5) 女装市场竞争格局

(6) 女装市场渠道结构

7.1.2 女装行业电商投资分析

(1) 女装行业电商发展现状调研

(2) 女装行业电商投资前景

7.2 男装电商投资前景预测

7.2.1 男装行业发展现状分析

(1) 男装行业市场增速

(2) 男装行业生命周期

(3) 男装行业利润水平

(4) 男装行业存货水平

(5) 男装市场竞争相对缓和

(6) 男装市场渠道结构

7.2.2 男装行业电商投资分析

(1) 男装行业电商发展现状调研

(2) 男装行业电商投资前景

7.3 童装电商投资前景预测

7.3.1 童装行业发展现状分析

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

7.3.2 童装行业电商投资分析

- (1) 童装行业电商发展现状调研
- (2) 童装行业电商投资前景

7.4 休闲服电商投资前景预测

7.4.1 休闲服行业发展现状分析

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

7.4.2 休闲服行业电商投资分析

- (1) 休闲服行业电商发展现状调研
- (2) 休闲服行业电商投资前景

7.5 运动服电商投资前景预测

7.5.1 运动服行业发展现状分析

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

7.5.2 运动服行业电商投资分析

- (1) 运动服行业电商发展现状调研
- (2) 运动服行业电商投资前景

7.6 内衣电商投资前景预测

7.6.1 内衣行业发展现状分析

- (1) 内衣行业市场规模
- (2) 内衣行业生命周期
- (3) 内衣行业利润水平
- (4) 内衣行业存货水平
- (5) 内衣市场竞争格局
- (6) 内衣市场渠道结构

7.6.2 内衣行业电商投资分析

- (1) 内衣行业电商发展现状调研
- (2) 内衣行业电商投资前景

第八章 服装电商主要融资渠道分析

8.1 服装电商融资环境分析

8.1.1 服装电商银行融资环境分析

8.1.2 服装电商证券融资环境分析

8.2 服装电商主要融资模式分析

8.2.1 服装电商债权融资模式分析

- (1) 信用融资模式分析
- (2) 金融租赁融资分析

8.2.2 服装电商股权融资模式分析

- (1) 引进风险投资分析
- (2) 杠杆收购融资分析
- (3) 境外上市融资分析

8.2.3 服装电商贸易融资模式分析

- (1) 票据贴现融资分析
- (2) 商业信用融资分析
- (3) 资产典当融资分析
- (4) 资产管理融资分析

8.2.4 服装电商其他融资模式分析

- (1) 信托工具融资分析
- (2) 私募股权基金融资分析

8.3 服装电商创新融资模式分析

第九章 领先服装企业电商战略与经验借鉴

9.1 女装企业经营情况与电商渠道建设分析

9.1.1 朗姿股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.1.2 凯撒(中国)股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.1.3 珠海威丝曼服饰股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.1.4 宁波太平鸟时尚女装有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.1.5 深圳影儿时尚集团有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第十章 服装电商发展趋势与投资建议()

10.1 服装电商发展趋势预测

10.1.1 服装电商模式衍变趋势预测分析

10.1.2 服装电商外包趋势预测

10.1.3 移动电商发展趋势预测

10.2 服装行业电商发展进程预测分析

10.2.1 生产企业电商进程预测分析

10.2.2 传统渠道商电商进程预测分析

10.2.3 第三方平台电商进程预测分析

10.3 服装电商市场规模与前景预测分析

10.3.1 服装电商消费人数预测分析

10.3.2 服装电商市场规模预测分析

10.3.3 服装电商竞争前景预测分析

10.4 服装电商投资风险分析

10.4.1 服装电商市场风险分析

10.4.2 服装电商竞争风险分析

10.4.3 服装电商资金风险分析

10.4.4 服装电商成本风险分析

10.4.5 服装电商管理风险分析

10.4.6 服装电商技术风险分析

10.5 服装电商相关投资建议

10.5.1 服装电商投资准备建议

10.5.2 服装电商投资战略建议

10.5.3 服装电商投资模式借鉴

10.5.4 服装电商运营模式建议

10.5.5 服装电商风险规避建议（）

图表目录：

图表 1：近年来我国纺织服装行业相关政策法规

图表 2：电子商务行业相关政策汇总与解读

图表 3：电子商务行业支付与快递环节相关政策法规

图表 4：电子商务和信息化司的主要职能

图表 5：中国电子商务行业规划发展重点

图表 6：我国服装行业的生命周期阶段

图表 7：2022年以来我国服装行业销售额及同比增速（单位：亿元，%）

图表 8：2022年以来服装行业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表 9：2022年以来中国服装行业盈利能力分析（单位：%）

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，%）

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，%）

图表 12：销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）

图表 13：2022年以来中国服装行业不同性质企业竞争格局（按销售收入）（单位：%）

图表 14：国际服装知名品牌

图表 15：国际女装知名品牌

图表 16：国际男装知名品牌

图表 17：截止至2022年底国际快时尚品牌中国市场拓展情况（单位：家）

图表 18：国际快时尚品牌最多入驻门店前十城市（单位：家）

图表 19：我国服装行业销售渠道发展阶段

图表 20：我国服装行业的主要销售渠道

图表 21：2022年以来我国服装行业渠道结构（单位：%）

图表 22：中美两国服装市场渠道结构比较（单位：%）

图表 23：我国主要女装品牌的渠道模式

图表 24：我国女装企业多采用多品牌战略

图表 25：2024-2030年中国电子商务交易额及增长情况预测（单位：万亿元，%）

图表 26：2024-2030年中国电子商务B2B交易规模及预测（单位：万亿元，%）

图表 27：2022年以来中国网购市场交易规模及预测（单位：亿元，%）

图表 28：2022年以来中国网络团购市场交易额（单位：亿元）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/436849.html>