

中国服装电子商务市场深度调研分析及投资风险研究报告2023-2029年

产品名称	中国服装电子商务市场深度调研分析及投资风险研究报告2023-2029年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国服装电子商务市场深度调研分析及投资风险研究报告2023-2029年.....
.....[报告编号] 375664[出版日期] 2023年8月[出版机构] 中研华泰研究院[交付方式]
EMIL电子版或特快专递 [报告价格] 纸质版:6500元 电子版:6800元
纸质版+电子版:7000元[联系人员]
刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 章

2021-2023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1.4.2 Web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 2021-2023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 2021-2023年中国服装市场电子商务分析4.1

中国服装市场电子商务综析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 广州服装市场4.3.4 虎门服装市场第五章

2021-2023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 2021-2023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

B2C7.1.1 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7.2 C2C7.2.1

市场规模7.2.2 发展态势7.2.3 竞争状况7.3 B2B7.3.1 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7.4 O2O7.4.1 线下品牌O2O现状7.4.2

服装品牌O2O案例分析7.4.3 O2O建立的影响7.4.4 O2O的建立步骤7.4.5

O2O面临的挑战7.4.6 发展前景预测7.5 CBBS7.5.1 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9.4 M18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 中国主要服装市场电商平台分析11.1 阿里巴巴（1688.com）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
2021-2023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12.3
B2B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 2021-2023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 2021-2023年服装电子商务企业分析16.1 阿里巴巴集团16.1.1
企业简介16.1.2 主营业务状况16.1.3 企业经营状况16.1.4 企业投资动态16.1.5
未来发展战略16.2 京东 (JD.com,Inc.) 16.2.1 企业简介16.2.2 经营状况分析16.2.3
海外市场发展动态16.3 麦考林有限公司16.3.1 企业简介16.3.2 企业经营状况16.3.3
战略投资动态16.4 广州唯品会信息科技有限公司 (Vipshop Holdings Limited) 16.4.1
企业简介16.4.2 企业经营状况16.4.3 战略投资动态第十七章
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17.7.3 O2O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
2023-2029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19.2 2023-2029年服装电子商务行业发展预测分析19.2.1
2023-2029年中国服装电子商务行业发展影响因素分析19.2.2
2023-2029年中国服装网购交易规模预测19.2.3
2023-2029年中国服装行业网购渗透率预测19.2.4
2023-2029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

2018-2022年国内生产总值及其增长速度 图表

2018-2022年三次产业增加值占国内生产总值比重 图表

2022年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重 图表

2022年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度 图表

2022年固定资产投资新增主要生产与运营能力 图表

2023年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重 图表

2023年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度 图表

2023年固定资产投资新增主要生产与运营能力 图表

2018-2022年居民消费价格上涨情况（月度同比） 图表

2018-2022年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比） 图表

2007-2022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 农村居民收入构成 图表

2018-2022年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比） 图表

2018-2022年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比） 图表

2022年社会消费品零售总额增速月度同比 图表

2013-2022年社会消费品零售总额名义速度（月度同比） 图表

2001-2022年中国居民家庭恩格尔系数 图表

2013-2022年中国网络购物用户数及网民使用率 图表 服装电商发展历程 图表

中国网络购物市场用户购买商品品类分布 图表 我国服装网购规模 图表

各渠道服装销售额增长情况 图表 服装网购占服装总销售额的比例 图表

非学生服装网购消费者属性情况 图表

我国网购服装的不同年龄层次对未来总金额的判断 图表

消费者每月平均网购服装频次 图表 不同级别城市的消费者网购服装频次的变化 图表
消费者网购服装品类情况 图表 我国纺织服装市场商户参与电子商务的目的 图表
纺织服装市场电子商务交易额 图表
纺织服装市场电商交易额与整体行业、实体市场交易额的占比情况 图表
区域纺织服装市场电子商务参与率 图表
纺织服装市场区域商户电子商务参与情况 图表
纺织服装市场商户电子商务交易额比例 图表
我国纺织服装市场商户电子商务运营形式情况 图表
我国纺织服装市场商户电子商务开展途径 图表 移动电子商务四类主导模式对比 图表
国内主要女装企业“上网”模式及典型产品价格 图表 我国女装产品价格位分布图 图表
女装典型企业电商渠道开拓模式 图表 淘宝店铺销售额排名 图表
淘宝天猫女装销售额排名 图表 男装电子商务渠道情况 图表
男装淘品牌与传统品牌的增长对比 图表 童装网购性别属性 图表
童装网购高峰期 图表 童装卖家区域分布 图表 以网络起家的内衣品牌销量比较 图表
美丽说、蘑菇街和明星衣橱的百度指数走势图 图表 美丽说网站基本情况表 图表
蘑菇街网站基本情况表 图表
传统竞争环境和电子商务竞争环境下的五种力量对比 图表
电子商务服装产品统筹规划图 图表 新客户成长为老客户的关系逻辑 图表
常规大促活动营销的流程 图表
2022年服装行业规下企业主要经济指标及与规上企业的比较 图表
2022年服装、服饰业固定资产投资情况 图表
2011-2022年中国电子商务市场交易规模 图表
2022年中国电子商务市场细分行业构成 图表
2009-2022年中国网络零售市场交易规模 图表 2012-2022年我国快递业务收入情况 图表
2012-2022年我国分快递业务收入比较 图表
2016-2022年我国第三方互联网支付市场规模 图表 2022年阿里巴巴综合损益表 图表
2022年阿里巴巴收入分部报告 图表 2022年各渠道服装销售额增长情况 图表
2021-2022年京东综合损益表 图表 2021-2022年京东收入分业务情况 图表
2020-2021年麦考林综合收益表 图表 2020-2021年麦考林收入分部门资料 图表
2020-2021年麦考林收入分产品资料 图表 2021-2022年麦考林综合收益表 图表
2021-2022年麦考林收入分部门资料 图表 2021-2022年麦考林收入分产品资料 图表
2022-2023年麦考林综合收益表 图表 2020-2021年唯品会全面收益表 图表
2020-2021年唯品会不同产品收入情况 图表 2021-2022年唯品会全面收益表 图表
2021-2022年唯品会不同产品收入情况 图表 唯品会全面收益表（未经审计）情况 图表
传统服装企业开展电子商务的渠道 图表
2022年中国电子商务投融资事件细分行业分布 图表
2022年中国电子商务投融资事件地域分布图 图表 服装电商企业主要融资渠道 图表
2023-2029年中国服装网购交易规模预测 图表
2023-2029年中国服装行业网购渗透率预测 图表
2023-2029年中国服装电商移动市场规模预测