

2022-2028年中国电子商务 行业深度分析与行业前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2022-2028年中国电子商务行业深度分析与行业前景预测报告》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.abaogao.com/b/hulianwang/338477D27J.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

电子商务是指以信息网络技术为手段，以商品交换为中心的商务活动；也可理解为在互联网、企业内部网和增值网上以电子交易方式进行交易活动和相关服务的活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化；以互联网为媒介的商业行为均属于电子商务的范畴。

智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国电子商务行业深度分析与行业前景预测报告》共十三章。首先介绍了中国电子商务行业市场发展环境、电子商务整体运行态势等，接着分析了中国电子商务行业市场运行的现状，然后介绍了电子商务市场竞争格局。随后，报告对电子商务做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电子商务行业发展趋势与投资预测。您若想对电子商务产业有个系统的了解或者想投资中国电子商务行业，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 中国服装电子商务行业发展环境分析

第一节 政策环境分析

- 一、促进信息消费拓展电子商务发展空间
- 二、实施支持跨境电子商务零售出口有关政策
- 三、电子商务行业“十三五”规划重点任务

第二节 经济环境分析

- 一、全球经济发展形势
- 二、全球经济环境对中国的影响
- 三、中国宏观经济发展现状
- 四、中国宏观经济发展趋势

第三节 社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、收入及消费水平

三、居民恩格尔系数

四、网购的普及化

第四节 技术环境

一、网络技术

二、web浏览技术

三、安全技术

四、数据库技术

五、电子支付技术

第二章 国际服装电子商务所属行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球服装电子商务所属行业市场总体情况分析

一、全球服装电子商务行业的发展特点

二、全球服装电子商务市场结构

三、全球服装电子商务行业发展分析

四、全球服装电子商务行业竞争格局

五、全球服装电子商务市场区域分布

第二节 美国服装电子商务行业发展经验借鉴

一、美国服装电子商务行业发展历程分析

二、美国服装电子商务行业运营模式分析

三、美国服装电子商务行业发展趋势预测

四、美国服装电子商务行业对中国的启示

第三节 日本服装电子商务行业发展经验借鉴

一、日本服装电子商务行业发展历程分析

二、日本服装电子商务行业运营模式分析

三、日本服装电子商务行业发展趋势预测

四、日本服装电子商务行业对中国的启示

第三章 服装电子商务相关产业分析

第一节 服装行业

一、产业现状分析

二、投资规模状况

三、行业投资机会

四、进入与退出壁垒

五、发展前景分析

第二节 电子商务行业

一、市场规模状况

二、行业发展特点

三、市场格局分析

四、发展前景分析

五、发展趋势分析

第三节 物流行业

一、物流行业规模

二、电商物流现状

三、转型升级态势

四、竞争热点分析

五、电商物流模式

第四节 第三方支付行业

一、行业规模状况

二、行业结构简析

三、发展趋势分析

第四章 服装电子商务行业市场消费分析

第一节 服装电子商务行业市场消费总体分析

一、服装行业消费状况

二、消费者变化特征

三、消费者年龄层次

四、消费者区域格局

五、新老用户的贡献率

第二节 服装电子商务消费者行为分析

一、消费关注因素分析

二、购买渠道的选择

三、消费品类分析

第五章 中国服装电子商务所属行业市场现状分析

第一节 中国服装电子商务市场发展概况

- 一、服装电子商务发展历程
- 二、服装在电子商务行业的地位
- 三、服装网购规模状况
- 四、服装电子商务渗透率现状

第二节 服装电子商务区域格局分析

- 一、浙江宁波
- 二、广东
- 三、河南

第三节 中国服装电子商务存在的问题分析

- 一、地区分布不均衡
- 二、新旧模式处于磨合期
- 三、面临安全隐患
- 四、物流配送系统落后

第四节 中国服装电子商务发展建议

- 一、加快基础设施建设
- 二、建立相应的政策法律法规
- 三、健全物流管理系统
- 四、扩大新运营模式的地区分布

第六章 中国服装专业市场电子商务分析

第一节 中国服装专业市场电子商务综析

- 一、开展电商的目的
- 二、电商发展态势
- 三、电商交易规模
- 四、电商渗透率
- 五、发展成效状况

第二节 中国服装专业市场电商模式分析

- 一、电商模式介绍
- 二、商户电商运营方式
- 三、商户开展电商途径

第三节 中国服装专业市场电子商务发展分析

- 一、杭州四季青服装城
- 二、常熟服装城
- 三、广州服装专业市场
- 四、虎门服装专业市场

第七章 服装电子商务移动所属行业市场分析

第一节 服装电子商务移动所属行业市场发展概况

- 一、移动电商规模状况分析
- 二、服装移动电子商务发展态势
- 三、服装移动电商规模现状
- 四、服装移动电子商务发展前景分析

第二节 主要服装电商移动所属行业市场形态现状分析

- 一、微信服装电子商务现状
- 二、手机服装电商推广现状

第八章 服装细分产品电子商务发展现状分析

第一节 女装

- 一、女装电商发展态势
- 二、女装网购价位格局
- 三、女装电商平台格局
- 四、女装电商渠道开拓模式
- 五、销售规模

第二节 男装

- 一、男装电商市场特征
- 二、男装电商平台分布
- 三、男装主要网络品牌
- 四、男装电商进入机会

第三节 内衣

- 一、内衣电子商务市场发展现状
- 二、内衣电子商务渠道市场份额
- 三、主要电商平台内衣销售状况
- 四、内衣电商品牌经验借鉴

第四节 运动服装

- 一、运动服电商市场特点
- 二、运动服电商渠道模式
- 三、运动服电商市场渗透状况

第九章 服装电子商务商业模式分析

第一节 b2c

- 一、市场规模
- 二、市场份额
- 三、运营模式
- 四、典型垂直网站

第二节 c2c

- 一、市场规模
- 二、发展态势
- 三、竞争状况

第三节 b2b

- 一、发展现状
- 二、主要平台介绍
- 三、渠道竞争分析
- 四、存在的问题

第四节 o2o

- 一、线下品牌o2o现状
- 二、o2o建立的影响
- 三、o2o的建立步骤
- 四、o2o面临的挑战
- 五、发展前景预测

第十章 服装电子商务市场竞争与营销分析

第一节 服装电子商务市场竞争现状

- 一、电商行业竞争特点
- 二、电商可提高服装企业竞争力
- 三、服装电子商务竞争重点

四、网络服装品牌的差异化竞争

第二节 主流电商平台跨界涉足服装业务

一、服装是电商品类拓展的切入口

二、卓越亚马逊

三、聚美优品

四、京东商城

五、当当网

第三节 传统服装企业电商竞争策略

一、品牌

二、新型运营模式

三、差异化道路

第四节 服装电子商务营销变化特征

一、注重用户体验

二、注重品牌化落地发展

三、营销定位的变化

第五节 服装电子商务营销模式分析

一、会员营销模式

二、搜索引擎营销模式

三、社会化媒体营销模式

四、新闻事件营销模式

五、软文营销模式

第十一章 中国主要服装电子商务平台运营分析

第一节 服装电子商务运营平台类型

一、制造商类平台

二、销售商平台

三、第三方平台

四、辅助类平台

五、运营平台对比分析

第二节 淘宝网

一、基本介绍

二、交易规模

三、用户规模

四、主要用户

五、主要产品

第三节 天猫

一、基本介绍

二、特有优势

三、交易规模

四、发展战略

第四节 梦芭莎

一、基本介绍

二、用户规模

三、商业模式

四、发展动态

五、成功经验

第五节 唯品会

一、基本介绍

二、发展现状

三、用户规模

四、销售模式

第六节 凡客

一、基本介绍

二、产品与服务

三、推广模式

四、战略调整

第十二章 服装企业电子商务渠道开展分析

第一节 服装企业运用电商的优缺点分析

一、优点分析

二、缺点分析

第二节 电子商务对服装企业的影响分析

一、改变企业的经营环境

二、改变企业的管理模式

三、改变经营运作手段

第三节 服装企业电子商务成本分析

一、系统构建成本

二、技术支持成本

三、运营管理成本

四、安全成本

五、风险成本

六、其他成本和费用

第四节 服装企业电子商务效益分析

一、直接效益

二、间接效益

三、潜在效益

第五节 中小服装企业建立电子商务网站探析

一、进入需考虑的因素

二、受制因素分析

三、电子商务开展思路

四、遵循的原则

第六节 传统服装企业电子商务化分析

一、传统服装企业开展电子商务的优势

二、传统服装企业进入电商的渠道

三、传统服装企业电商运营模式分析

四、传统服饰品牌电子商务案例情况

第七节 服装企业电商的应用原则分析

一、要确立“商务为本”思想

二、加速服装企业内部的信息化建设

三、大企业上下游企业具有吸引力

第十三章 中国服装电子商务行业经营企业分析（）

第一节 阿里巴巴集团

一、企业基本概况

二、企业产品结构分析

三、企业服装电子商务经营状况分析

四、企业电子电子商务发展战略分析

第二节 京东商城电子商务有限公司

一、企业基本概况

二、企业产品结构分析

三、企业服装电子商务经营状况分析

四、企业电子电子商务发展战略分析

第三节 广州唯品会信息科技有限公司

一、企业基本概况

二、企业产品结构分析

三、企业服装电子商务经营状况分析

四、企业电子电子商务发展战略分析

第四节 麦考林有限公司

一、企业基本概况

二、企业产品结构分析

三、企业服装电子商务经营状况分析

四、企业电子电子商务发展战略分析

第五节 朗姿股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业产品结构分析

三、企业服装电子商务经营状况分析

四、企业电子电子商务发展战略分析

第六节 海澜之家服饰股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业产品结构分析

三、企业服装电子商务经营状况分析

四、企业电子电子商务发展战略分析

第七节 珠海威丝曼服饰股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业产品结构分析

三、企业服装电子商务经营状况分析

四、企业电子电子商务发展战略分析

第八节 宁波太平鸟时尚女装有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业产品结构分析
- 三、企业服装电子商务经营状况分析
- 四、企业电子电子商务发展战略分析

第九节 雅戈尔集团股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业产品结构分析
- 三、企业服装电子商务经营状况分析
- 四、企业电子电子商务发展战略分析

第十节 浙江报喜鸟服饰股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业产品结构分析
- 三、企业服装电子商务经营状况分析
- 四、企业电子电子商务发展战略分析

图表目录：

图表 服装电子商务行业生命周期

图表 服装电子商务行业产业链结构

图表 2016-2020年中国服装电子商务所属行业盈利能力分析

图表 2016-2020年中国服装电子商务所属行业运营能力分析

图表 2016-2020年中国服装电子商务所属行业偿债能力分析

图表 2016-2020年中国服装电子商务所属行业发展能力分析

图表 2016-2020年中国服装电子商务所属行业经营效益分析

图表 2016-2020年不同规模企业利润总额分布

图表 2016-2020年服装电子商务行业不同规模企业从业人员分布

图表 2016-2020年服装电子商务行业不同规模企业销售收入分布

图表 2016-2020年服装电子商务行业不同规模企业资产总额分布

图表 2016-2020年服装电子商务行业不同规模企业数量分布

图表 2016-2020年服装电子商务行业不同性质企业利润总额分布

图表 2016-2020年服装电子商务行业不同性质企业从业人员分布

图表 2016-2020年服装电子商务行业不同性质企业销售收入分布

图表 2016-2020年服装电子商务行业不同性质企业资产总额分布

图表 2016-2020年服装电子商务行业不同性质企业数量分布

图表 2016-2020年全球服装电子商务行业市场规模

图表 2016-2020年中国服装电子商务行业市场规模

图表 2016-2020年服装电子商务行业重要数据指标比较

图表 2016-2020年中国服装电子商务市场占全球份额比较

图表 2016-2020年服装电子商务行业工业总产值

图表 2016-2020年服装电子商务行业销售收入

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/338477D27J.html>