

# 2021-2027年中国电子商务 市场发展趋势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](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国电子商务市场发展趋势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/R43802H1B0.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。

整个电商快递市场2018年占比80%来到400亿件，全国网购交易规模9.4万亿。拼多多披露2018年平台订单数量为111亿件，保守测算带来94亿件电商快递包裹，成为行业内除了阿里系以外最大的电商件来源。未来电商快递包裹增量主要来自下沉市场，预计2019年全行业将产生120亿件增量电商快递包裹，拼多多或将贡献其中的一半。2019各主要电商平台GMV及同比增长

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国电子商务市场发展趋势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2019年拼多多或将贡献电商件增量中的50%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 服装电子商务所属行业市场消费分析

第一节 服装电子商务所属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（一）

## 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 2015-2019年  
中国服装电子商务行业盈利能力分析图表 2015-2019年中国服装电子商务行业运营能力分析图  
表 2015-2019年中国服装电子商务行业偿债能力分析图表 2015-2019年中国服装电子商务行业发  
展能力分析图表 2015-2019年中国服装电子商务行业经营效益分析图表 2015-2019年不同规模企  
业利润总额分布图表 2015-2019年服装电子商务行业不同规模企业从业人员分布图表 2015-2019  
年服装电子商务行业不同规模企业销售收入分布图表 2015-2019年服装电子商务行业不同规模  
企业资产总额分布图表 2015-2019年服装电子商务行业不同规模企业数量分布图表 2015-2019年  
服装电子商务行业不同性质企业利润总额分布图表 2015-2019年服装电子商务行业不同性质企  
业从业人员分布图表 2015-2019年服装电子商务行业不同性质企业销售收入分布图表 2015-2019  
年服装电子商务行业不同性质企业资产总额分布图表 2015-2019年服装电子商务行业不同性质  
企业数量分布图表 2015-2019年全球服装电子商务行业市场规模图表 2015-2019年中国服装电子  
商务行业市场规模图表 2015-2019年服装电子商务行业重要数据指标比较图表 2015-2019年中国  
服装电子商务市场占全球份额比较图表 2015-2019年服装电子商务行业工业总产值图表  
2015-2019年服装电子商务行业销售收入图表 2015-2019年服装电子商务行业利润总额图表  
2015-2019年服装电子商务行业资产总计图表 2015-2019年服装电子商务行业负债总计图表  
2015-2019年服装电子商务行业竞争力分析图表 2015-2019年服装电子商务市场价格走势图  
2015-2019年服装电子商务行业主营业务收入图表 2015-2019年服装电子商务行业主营业务成本  
图表 2015-2019年服装电子商务行业销售费用分析图表 2015-2019年服装电子商务行业管理费用  
分析图表 2015-2019年服装电子商务行业财务费用分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/R43802H1B0.html>