

2020-2026年中国互联网+ 服装市场研究与市场调查预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国互联网+服装市场研究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.chinairr.org/report/R12/R1202/202005/06-346010.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

传统服装行业痛点的核心是信息不对称，容易产生较高交易成本，对于潜在需求的引导释放形成阻碍。造成以上现象的直接原因是行业存在极高的营销成本，而核心原因是在法律法规的限制下，服装机构的营销渠道和营销形式受到制约，极度依赖SEO、地面营销等粗放式营销方式，获客成本极高，高额的获客成本转变为高客单价，同时也刺激假冒伪劣产品的泛滥。这进而损害了客户体验和行业美誉度，结果进一步推高获客难度形成恶性循环。

互联网技术创新与应用的影响是颠覆性的。“互联网+”的大规模普及，将重新定义生产什么、如何生产、谁来生产和在哪里生产这些最基本的经济问题，衍生出更多的新产业、新产品、新服务和新业态，创造出庞大的市场价值。在互联网+时代，传统的以大企业占主导地位的金字塔式供应链条和价值链条，逐渐被更加扁平化和平台化的产业生态系统、价值协同共享网络所取代。互联网技术创造、衍生和延伸全新价值网络的速度和方式已大大超出我们的想象，颠覆着我们对传统价值创造过程的认知。

随着互联网+概念的大潮涌起，服装行业的固有结构弹性大大增强，具备跨界融合和内部环节再塑条件。新兴平台的B2C和B2B之间的信息壁垒出现软化，加强核心产业链内部以及和消费者之间的联动。而大型互联网平台和其他外界资本的涌入将会从用户数量和产业结构方面对现有生态圈进行补充，挖掘潜在渠道价值。另外，移动APP随下随用，口碑容易在用户间扩散。这些特点无形中激发了用户的需求，从而加速了潜在市场的渗透。

中国服装市场仍然存在着广阔的市场前景和巨大的增长空间，在互联网产业发展至今，已经从线上“虚拟经济”进入产业互联网时代，“互联网+”也上升为国家战略，众多的传统实体产业开始被互联网改造和升级。那么，在当前移动互联网+的大潮下，我国服装行业会受到怎样的影响？互联网+服装又该如何分析当前发展形势、制定应对策略、创新商业模式呢？最重要的，又如何寻找机遇，获得更大的发展呢？

报告目录

第一章 中国互联网+服装行业发展综述

第一节 “互联网+服装”概念界定

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

第二节 “互联网+服装”行业的内涵

第三节 本报告的研究范围

第二章 服装行业发展现状与前景分析

第一节 服装行业概况

一、服装行业概念及分类

二、全球服装行业概况

三、中国服装行业概况

四、中国服装行业所处周期

第二节 全球及我国服装行业发展前景展望

一、全球服装行业发展趋势展望

二、我国服装行业发展趋势展望

三、我国服装行业发展前景展望

第三节 中国服装行业产业链发展趋势

一、中国服装行业产业链

二、服装产业链利润分布

三、服装上游产业链分析

四、下游产业——服装机构分析

第三章 互联网+的作用——重构行业生态、促进产业链升级

第一节 传统服装行业的痛点与缺陷

一、服装行业痛点及根源

二、服装营销受极大约束

三、缺少精准营销的平台

第二节 移动互联网有望重构服装行业生态

一、移动服装助力解决行业痛点

二、互联网催生渠道价值

三、服装服务商的发展趋势

第三节 产业链升级：互联网服装推动行业科学化、市场化

一、精准营销改善行业痛点

二、互联网服装推动产业链升级

三、互联网服装模式的核心思路

四、互联网服装未来趋势

第四章 中国互联网+服装行业发展背景

第一节 中国互联网+服装行业政策背景分析

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业发展规划分析
- 三、行业政策动向分析
- 四、政策环境对行业的影响

第二节 中国互联网+服装行业经济背景分析

- 一、宏观经济环境分析
- 二、国际宏观经济运行分析
- 三、国内宏观经济运行分析
- 四、宏观经济发展对行业的影响

第三节 关联产业发展背景

- 一、中国电子商务发展状况分析
- 二、中国大数据产业发展状况分析
- 三、中国互联网产业发展状况分析
- 四、关联产业发展对行业的影响

第四节 中国互联网+服装行业技术背景分析

- 一、云计算技术发展现状及投资前景调研分析
- 二、物联网技术发展现状及投资前景调研分析
- 三、通信技术的发展现状及投资前景调研分析
- 四、互联网相关技术对行业的影响总结

第五章 中国互联网+服装行业发展现状分析

第一节 中国互联网+服装行业市场发展阶段分析

- 一、对互联网+服装行业发展阶段的研究
- 二、中国互联网+服装行业细分阶段发展特点

第二节 互联网给服装行业带来的冲击和变革分析

- 一、互联网时代服装行业大环境变化分析
- 二、互联网给服装行业带来的突破机遇分析
- 三、互联网给服装行业带来的挑战分析
- 四、互联网+服装行业融合创新机会分析

第三节 中国互联网+服装行业市场发展现状分析

- 一、中国互联网+服装行业投资布局分析

- (1) 中国互联网+服装行业投资切入方式
- (2) 中国互联网+服装行业投资规模分析
- (3) 中国互联网+服装行业投资业务布局
- 二、服装行业目标客户互联网渗透率分析
- 三、中国互联网+服装行业市场规模分析
- 四、中国互联网+服装行业竞争格局分析
 - (1) 中国互联网+服装行业参与者结构
 - (2) 中国互联网+服装行业竞争者类型
 - (3) 中国互联网+服装行业市场占有率

第六章 中国互联网+服装行业商业模式创新策略

第一节 关于商业模式研究的基本思想介绍

- 一、商业模式的定义及与其他模式的比较
- 二、商业模式的核心构成要素及构建流程

第二节 中国互联网+服装行业市场定位创新分析

- 一、中国服装行业消费者特征分析
- 二、中国服装行业企业主流的市场定位分析
- 三、互联网对服装行业市场定位的变革分析
- 四、互联网下服装行业市场定位优秀案例分析

第三节 中国互联网+服装行业价值主张创新分析

- 一、中国服装行业主要的客户价值主张要素分析
- 二、互联网+服装行业价值主张创新策略分析
 - (1) 服装行业企业如何利用互联网升级产品使用体验
 - (2) 服装行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验
 - (3) 服装行业企业如何利用互联网节约客户成本
- 三、互联网+服装行业价值主张创新优秀案例

第四节 中国互联网+服装行业渠道通路创新分析

- 一、中国服装行业渠道通路的主要类别及特点分析
 - (1) 价值传递通路的定义及特点
 - (2) 产品销售渠道的定义及特点
 - (3) 现有渠道通路特点的优势及不足
 - (4) 互联网对渠道通路的改造分析

二、互联网对服装行业渠道通路的颠覆性变革分析

三、互联网+服装行业网络媒体服装宣传策略分析

四、互联网+服装行业电商渠道构建策略分析

五、互联网+服装行业渠道通路创新优秀案例

第五节 中国互联网+服装行业客户关系创新分析

一、中国服装行业客户关系的类别及关系成本分析

(1) 服装行业客户关系的类别分析

(2) 服装行业客户关系成本分析

二、中国互联网+服装行业客户关系创新路径分析

三、中国互联网+服装行业客户关系创新优秀案例

第六节 中国互联网+服装行业收入来源创新分析

一、中国服装行业收入的主要来源渠道及特点

二、中国互联网+服装行业收入来源的创新分析

三、中国互联网+服装行业收入来源创新优秀案例

第七节 中国互联网+服装行业合作伙伴创新分析

一、中国服装行业主要的合作伙伴及其特点分析

二、互联网如何改变服装行业合作伙伴结构

三、互联网下服装行业新增合作伙伴的特点

四、互联网下服装行业新增合作伙伴优秀案例

第八节 中国互联网+服装行业成本机构优化分析

一、中国服装行业主要成本结构及特点分析

二、互联网如何改变服装行业成本结构

三、互联网下服装行业成本结构的优化路径

四、互联网下服装行业成本结构优化优秀案例

第九节 国外互联网+服装行业商业模式创新经验

一、国外互联网+服装行业商业模式优秀案例剖析

(1) 案例一

1) 案例一基本信息分析

2) 案例一经营情况分析

3) 案例一盈利模式分析

4) 案例一商业模式评价

(2) 案例二

- 1) 案例二基本信息分析
- 2) 案例二经营情况分析
- 3) 案例二盈利模式分析
- 4) 案例二商业模式评价

(3) 案例三

- 1) 案例三基本信息分析
- 2) 案例三经营情况分析
- 3) 案例三盈利模式分析
- 4) 案例三商业模式评价

二、国外互联网+服装行业商业模式创新经验借鉴

第七章 中国服装行业企业电商战略规划及模式选择

第一节 中国服装行业企业电商战略规划分析

- 一、服装企业电商如何正确定位
- 二、服装电商核心业务确定策略
- 三、服装企业电商化组织变革策略

第二节 中国服装行业典型电商发展模式总体分析

- 一、中国电子商务主流模式分析
- 二、B2B电商模式及其优劣势分析

- (1) B2B电商模式的特点
- (2) B2B电商模式的适用范围
- (3) B2B电商模式的优秀案例
- (4) B2B电商模式的优劣势

三、B2C电商模式及其优劣势分析

- (1) B2C电商模式的特点
- (2) B2C电商模式的适用范围
- (3) B2C电商模式的优秀案例
- (4) B2C电商模式的优劣势

四、C2C电商模式及其优劣势分析

- (1) C2C电商模式的特点
- (2) C2C电商模式的适用范围
- (3) C2C电商模式的优秀案例

(4) C2C电商模式的优劣势

五、O2O电商模式及其优劣势分析

(1) O2O电商模式的特点

(2) O2O电商模式的适用范围

(3) O2O电商模式的优秀案例

(4) O2O电商模式的优劣势

六、中国服装行业最优电商模式的选择

第三节 中国服装行业企业电商切入模式及发展路径

一、模式一

(1) 模式一的特点及优劣势

(2) 模式一的业务布局分析

(3) 模式一的渠道通路分析

(4) 模式一的收入来源分析

(5) 模式一的关键资源能力分析

(6) 模式一的经营风险分析

(7) 模式一的优秀案例分析

二、模式二

(1) 模式二的特点及优劣势

(2) 模式二的业务布局分析

(3) 模式二的渠道通路分析

(4) 模式二的收入来源分析

(5) 模式二的关键资源能力分析

(6) 模式二的经营风险分析

(7) 模式二的优秀案例分析

三、模式三

(1) 模式三的特点及优劣势

(2) 模式三的业务布局分析

(3) 模式三的渠道通路分析

(4) 模式三的收入来源分析

(5) 模式三的关键资源能力分析

(6) 模式三的经营风险分析

(7) 模式三的优秀案例分析

第四节 中国服装行业移动电商切入路径及典型产品

一、中国服装行业移动电商的商业价值分析

(1) 移动电商的商业价值分析

(2) 中国移动互联网发展现状

(3) 中国移动互联网趋势分析

二、中国服装行业移动电商市场发展现状

三、中国服装行业移动电商市场切入路径

四、中国服装行业移动电商典型产品形式

五、中国服装行业移动电商发展趋势及前景

第八章 中国互联网+服装商业模式创新优秀案例剖析

第一节 案例一

一、案例一基本信息分析

二、案例一经营情况分析

三、案例一产品服务分析

四、案例一盈利模式分析

五、案例一渠道通路分析

六、案例一合作伙伴分析

七、案例一融资情况分析

八、案例一商业模式评价

第二节 案例二

一、案例二基本信息分析

二、案例二经营情况分析

三、案例二产品服务分析

四、案例二盈利模式分析

五、案例二渠道通路分析

六、案例二合作伙伴分析

七、案例二融资情况分析

八、案例二商业模式评价

第三节 案例三

一、案例三基本信息分析

二、案例三经营情况分析

- 三、案例三产品服务分析
- 四、案例三盈利模式分析
- 五、案例三渠道通路分析
- 六、案例三合作伙伴分析
- 七、案例三融资情况分析
- 八、案例四商业模式评价

第四节 案例四

- 一、案例四基本信息分析
- 二、案例四经营情况分析
- 三、案例四产品服务分析
- 四、案例四盈利模式分析
- 五、案例四渠道通路分析
- 六、案例四合作伙伴分析
- 七、案例四融资情况分析
- 八、案例四商业模式评价

第五节 案例五

- 一、案例五基本信息分析
- 二、案例五经营情况分析
- 三、案例五产品服务分析
- 四、案例五盈利模式分析
- 五、案例五渠道通路分析
- 六、案例五合作伙伴分析
- 七、案例五融资情况分析
- 八、案例五商业模式评价

第九章 中国重点企业互联网+服装投资布局分析

第一节 企业一

- 一、企业基本信息分析
- 二、企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

三、企业互联网+服装投资布局

四、企业互联网+服装产品服务分析

五、企业最新发展动向

第二节 企业二

一、企业基本信息分析

二、企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

三、企业互联网+服装投资布局

四、企业互联网+服装产品服务分析

五、企业最新发展动向

第三节 企业三

一、企业基本信息分析

二、企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

三、企业互联网+服装投资布局

四、企业互联网+服装产品服务分析

五、企业最新发展动向

第四节 企业四

一、企业基本信息分析

二、企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

三、企业互联网+服装投资布局

四、企业互联网+服装产品服务分析

五、企业最新发展动向

第五节 企业五

一、企业基本信息分析

二、企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

三、企业互联网+服装投资布局

四、企业互联网+服装产品服务分析

五、企业最新发展动向

第十章 2020-2026年中国互联网+服装行业市场发展趋势预测

第一节 2020-2026年中国互联网+服装行业市场趋势预测分析

一、中国互联网+服装行业市场增长动力分析

二、中国互联网+服装行业市场发展瓶颈剖析

三、中国互联网+服装行业市场发展趋势分析

第二节 2020-2026年中国服装行业电商发展现状及趋势分析

一、中国服装行业电商总体开展情况

二、中国服装行业电商交易规模分析

三、中国服装行业电商产品服务品类

四、中国服装行业电商盈利情况分析

五、中国服装行业电商市场现存问题

六、中国服装行业电商市场趋势分析

七、中国服装行业电商市场规模预测

第十一章 2020-2026年中国互联网+服装行业市场投资机会及建议

第一节 2020-2026年中国互联网+服装行业投资特性及风险

一、互联网+服装行业投资壁垒分析

(1) 政策壁垒

(2) 技术壁垒

(3) 市场壁垒

二、互联网+服装行业投资特性分析

三、互联网+服装行业投资前景分析

第二节 2020-2026年中国互联网+服装行业投融资现状及趋势

一、中国互联网+服装行业投资现状及趋势

(1) 中国互联网+服装行业投资主体结构

(2) 各投资主体核心资源分析

(3) 各投资主体投资方式分析

(4) 各投资主体投资规模分析

(5) 2019年主要投资事件分析

(6) 各投资主体投资前景分析

二、中国互联网+服装行业融资现状及趋势

(1) 中国互联网+服装行业融资主体构成

(2) 各融资主体核心资源分析

(3) 各融资主体融资方式分析

(4) 各融资主体融资规模分析

(5) 2019年主要融资事件及用途

(6) 各融资主体融资趋势分析

第三节 2020-2026年中国互联网+服装行业投资机会及建议

一、中国互联网+服装行业投资机会分析

二、关于互联网+服装行业的投资建议

图表目录

图表：服装分类

图表：大服装市场分类

图表：中国服装市场消费者的性别分布

图表：中国服装市场消费者的年龄分布

图表：中国服装市场消费者的职业分布
图表：中国服装市场消费者的学历分布
图表：中国服装市场消费者收入分布
图表：中国服装市场消费者的地域分布
图表：中国服装行业前景
图表：服装客户生命周期
图表：主要整型消费人群
图表：服装行业产业链
图表：服装产业是一个交叉产业
图表：我国服装市场地域分布特点
图表：服装行业痛点溯源
图表：服装行业获客渠道
图表：移动服装助力解决行业痛点
图表：新兴服装平台一览
图表：服装价值链——移动服装的作用
图表：互联网服装平台信息
图表：服装行业产业链目前呈现的“再分工”趋势

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/202005/06-346010.html>