

2022-2028年中国互联网+ 服装行业发展趋势与未来前景预测报告

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

《2022-2028年中国互联网+服装行业发展趋势与未来前景预测报告》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.cction.com/report/202110/243807.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

服装，是衣服鞋包及装饰品等的总称，多指衣服。在国家标准中对服装的定义为:缝制，穿于人体起保护和装饰作用的产品，又称衣服。

2018年以来，我国服装内需市场保持平稳较快增长，根据中国服装协会测算，2018年全国服装销售总额达3.08万亿元，同比增长7.32%。近几年我国服装零售市场规模情况如下图所示：
2011-2018年中国服装行业市场规模情况数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+服装行业发展趋势与未来前景预测报告》共十七章。首先介绍了互联网+服装行业市场发展环境、互联网+服装整体运行态势等，接着分析了互联网+服装行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+服装市场竞争格局。随后，报告对互联网+服装做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+服装行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+服装产业有个系统的了解或者想投资互联网+服装行业，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：

第一部分产业环境透视

第一章 互联网+服装行业发展综述

第一节 互联网+服装行业发展概况

一、互联网+服装行业概述

二、互联网+对服装行业的推动作用

三、服装行业中互联网+的重要性

四、互联网+时代下服装行业的新模式介绍

1、线上线下融合模式

2、与第三方平台合作

3、自建网上商城

4、跨境电商发展出口

第二节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第三节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二章互联网+服装行业发展环境及影响分析

第一节 服装行业政治法律环境

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、服装行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

一、互联网+服装产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、互联网+服装产业发展对社会发展的影响

第四节 中国互联网+服装行业技术环境分析

一、云计算技术发展现状及未来趋势分析

二、物联网技术发展现状及未来趋势分析

三、通信技术的发展现状及未来趋势分析

四、互联网相关技术对行业的影响总结

第五节 中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

- 1、总体网民规模分析
- 2、分省网民规模分析
- 3、手机网民规模分析
- 4、网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

- 1、信息获取情况分析
- 2、商务交易发展情况
- 3、交流沟通现状分析
- 4、网络娱乐应用分析

第三章国际互联网+服装行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球互联网+服装市场总体情况分析

- 一、全球互联网+服装行业的发展特点
- 二、全球互联网+服装市场结构
- 三、全球互联网+服装行业发展分析
- 四、全球互联网+服装行业竞争格局
- 五、国际重点互联网+服装企业运营分析
 - 1、zara
 - 2、优衣库
 - 3、h&m

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

- 一、欧洲互联网+服装行业发展分析
 - 1、欧洲互联网+服装行业发展概况
 - 2、欧洲互联网+服装市场交易规模分析
 - 3、欧洲互联网+服装行业发展趋势分析
- 二、美国互联网+服装行业发展
 - 1、美国互联网+服装行业发展概况
 - 2、美国互联网+服装市场交易规模分析
 - 3、美国互联网+服装行业发展趋势分析
- 三、日本互联网+服装行业发展
 - 1、日本互联网+服装行业发展概况

2、日本互联网+服装市场交易规模分析

3、日本互联网+服装行业发展趋势分析

四、韩国互联网+服装行业发展

1、韩国互联网+服装行业发展概况

2、韩国互联网+服装市场交易规模分析

3、韩国互联网+服装行业发展趋势分析

第三节 国外互联网+服装行业发展经验借鉴

一、国外互联网+服装行业发展模式借鉴

二、国外互联网+服装行业经营策略借鉴

第二部分行业深度分析

第四章中国服装行业运行现状分析

第一节 中国服装行业发展状况分析

一、中国服装行业发展阶段

二、中国服装行业发展总体概况

三、中国服装行业发展特点分析

四、中国服装行业商业模式分析

第二节 服装行业发展现状

2018年我国服装行业消费量约147亿件，与2017年基本持平，近几年我国服装行业消费量情况

如下图所示：2010-2018年中国服装消费情况数据来源：公开资料整理

一、中国服装行业市场规模

二、中国服装行业发展分析

1、中国服装行业内销市场运行分析

2、中国服装行业出口市场运行分析

3、中国服装行业生产形势运行分析

4、中国服装行业投资形势运行分析

5、中国服装行业经济效益运行分析

三、中国服装企业发展分析

1、中国服装企业发展环境分析

2、中国服装企业转型分析

3、品牌企业和中小企业合作发展分析

4、中国服装企业未来业务发展方向

第三节 服装市场情况分析

一、中国服装市场总体概况

1、服装市场增长分析

2、服装消费变化分析

3、服装市场转变分析

4、品牌服装发展趋势

二、中国服装产品市场发展分析

1、商务休闲类男装需求增长分析

2、婴幼儿服装强劲增长分析

3、女装市场发展瓶颈分析

4、其他服装产品发展形势分析

第四节 中国服装市场价格走势分析

一、服装市场定价机制组成

二、服装市场价格影响因素

三、服装产品价格走势分析

四、2022-2028年服装产品价格走势预测

第五章 互联网+服装行业市场运行现状分析

第一节 互联网+服装行业发展概况

一、互联网+服装发展历程

二、互联网+服装商业模式特点

三、互联网+服装行业发展存在的问题

第二节 中国互联网+服装行业投资布局分析

一、中国互联网+服装行业投资切入方式

二、中国互联网+服装行业投资规模分析

三、中国互联网+服装行业投资业务布局

第三节 服装电商市场数据分析

一、服装电商交易总额分析

二、服装电商b2b电商交易规模

三、服装网购市场交易规模

四、服装网购渗透率分析

五、服装电商盈利情况分析

第四节 服装电商市场发展特征分析

- 一、b2b服装电子商务发展势头强
- 二、淘品牌营收增加，利润率逐年下降
- 三、服装电商发展进入成熟期
- 四、移动互联网改造传统服装行业
- 五、传统服装借电商谋变
- 六、传统服装借网红“出击”
- 七、大数据推动服装电商“有的放矢”

第五节 互联网+服装市场结构分析

- 一、线下线上销售额占比结构分析
- 二、各类服装线上销售结构分析
- 三、不同品牌线上市场占比结构分析
- 四、跨境购买交易规模占比结构分析

第六节 互联网+服装行业企业发展分析

- 一、电商平台数量及增长分析
- 二、不同模式电商平台结构分析
- 三、互联网+服装企业数量分析

第七节 中国互联网+服装行业竞争格局分析

- 一、中国互联网+服装行业参与者结构
- 二、中国互联网+服装行业竞争者类型
- 三、中国互联网+服装行业市场占有率

第三部分 市场全景调研

第六章 互联网+服装定制市场发展分析

第一节 互联网+服装定制理念

- 一、数据为本
- 二、客户第一
- 三、便捷为王
- 四、服务在先

第二节 互联网+服装定制行业发展背景

- 一、消费者需求多样化个性化
- 二、服装行业供给侧结构性改革

三、传统高级定制，工匠精神的体现

第三节 互联网+服装定制市场数据分析

一、互联网+服装定制市场规模分析

二、互联网+服装定制投资现状分析

三、中国高端服装定制客群数量分析

四、互联网+服装定制市场结构分析

第四节 互联网+服装定制企业发展分析

一、企业数量分析

二、不同层次定制企业结构分析

三、企业市场格局分析

四、企业数量区域分布

第五节 互联网+服装数字化个性定制运营模式研究

一、互联网+时代国内服装定制产业发展现状

1、服装定制产业发展及演变

2、数字化个性化定制显现

二、价值链的快速协同“互联网+制造业”

1、网络个性化定制平台

2、mtm智能制造系统快速反应需求

3、一体化定制集成生产

三、互联网+服装数字化个性定制运营模式

1、互联网+服装数字化c2b&d+o2o个性定制模式

2、互联网+数字化c2m+o2o个性定制模式

四、互联网+服装数字化个性定制营销建议

第六节 互联网+服装定制营销策略分析

一、针对消费群体，制定客户数据库

二、培养专业客服，一对一精准沟通

三、提供通畅渠道，便利顾客消费

四、定制定价策略，培养顾客忠诚

第七节 互联网+服装定制重点平台分析

一、衣邦人

二、埃沃

三、定啦

四、andwow

五、领御

第八节 互联网+服装定制发展瓶颈及投资建议

一、互联网+服装定制进入门槛

二、互联网+服装定制行业商业模式

三、互联网+服装定制市场发展瓶颈

四、互联网+服装定制市场投资建议

第七章 互联网+服装行业发展模式分析

第一节 互联网+服装主要平台模式分析

一、自建b2c电商平台

二、第三方b2c平台

三、erp+云服务平台

第二节 服装企业b2c模式分析

一、b2c模式介绍及特点

二、b2c盈利模式分析

三、b2c模式优势分析

四、b2c模式发展趋势分析

五、案例分析

第三节 服装企业c2m模式分析

一、c2m模式介绍及特点

二、c2m模式存在的问题

三、c2m模式改良建议

1、构建自身供应链系统

2、建立快速反应机制

3、c2m+o2o模式

四、c2m模式的投资趋势

五、案例分析

第四节 服装企业o2o全渠道营销模式分析

一、o2o全渠道成因分析

1、o2o全渠道的形成过程

2、o2o全渠道发展的必然性

二、服装企业o2o全渠道发展现状分析

三、服装企业实施o2o全渠道问题分析

四、服装企业o2o全渠道发展对策

1、会员体系的整合构建

2、商品库存整合管理

3、订单统一管理

4、打造o2o闭环

第五节 服装企业跨界多元化模式分析

一、跨界多元化模式介绍及特点

二、跨界多元化模式优势分析

三、跨界多元化模式发展趋势分析

四、案例分析

第六节 服装企业社群经济模式分析

一、社群经济的概述

1、社群经济的概念

2、社群经济的内涵

3、社群经济的发展背景

4、社群经济的发展及运作

二、社群经济模式介绍及特点

三、社群经济模式的核心要素

四、社群经济模式优势分析

五、社群经济模式发展趋势分析

六、案例分析

第七节 服装企业网红电商模式分析

一、网红电商模式介绍及特点

二、网红电商模式优势分析

三、网红电商运作模式分析

四、网红电商发展趋势分析

五、案例分析

第八节 其他模式发展分析

一、门店模式分析

二、私人定制模式分析

三、生活体验店模式分析

四、粉丝模式分析

第八章中国互联网+服装行业商业模式创新策略

第一节 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、中国服装行业主流企业的市场定位分析

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

第二节 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、利用互联网升级产品使用体验

2、利用互联网改善个性化服务体验

3、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

第三节 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+服装行业网络媒体广告宣传策略分析

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

第四节 中国互联网+服装行业客户关系创新分析

一、互联网+服装行业客户关系的类别及关系成本分析

1、客户关系的类别分析

2、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

第五节 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

第六节 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

第四部分 竞争格局分析

第九章 互联网+服装行业重点区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

- 一、行业区域分布特点分析
- 二、行业交易规模区域分布分析
- 三、行业交易量区域分布分析
- 四、行业企业数量区域分布分析

第二节 互联网+服装区域市场分析

一、广东省服装市场分析

- 1、互联网+服装企业数量
- 2、互联网+服装交易规模分析
- 3、互联网+服装投资规模分析
- 4、服装出口情况分析
- 5、互联网+服装定制情况分析
- 6、互联网+服装发展趋势分析

二、浙江省服装市场分析

- 1、互联网+服装企业数量
- 2、互联网+服装交易规模分析
- 3、互联网+服装投资规模分析
- 4、服装出口情况分析
- 5、互联网+服装定制情况分析
- 6、互联网+服装发展趋势分析

三、江苏省服装市场分析

- 1、互联网+服装企业数量
- 2、互联网+服装交易规模分析
- 3、互联网+服装投资规模分析
- 4、服装出口情况分析
- 5、互联网+服装定制情况分析
- 6、互联网+服装发展趋势分析

四、山东省服装市场分析

- 1、互联网+服装企业数量
- 2、互联网+服装交易规模分析
- 3、互联网+服装投资规模分析
- 4、服装出口情况分析
- 5、互联网+服装定制情况分析
- 6、互联网+服装发展趋势分析

五、福建省服装市场分析

- 1、互联网+服装企业数量
- 2、互联网+服装交易规模分析
- 3、互联网+服装投资规模分析
- 4、服装出口情况分析
- 5、互联网+服装定制情况分析
- 6、互联网+服装发展趋势分析

六、其他区域市场分析

- 1、湖北省
- 2、河南省
- 3、北京市

第十章 2022-2028年互联网+服装行业竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、互联网+服装行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、互联网+服装行业swot分析

1、互联网+服装行业优势分析

2、互联网+服装行业劣势分析

3、互联网+服装行业机会分析

4、互联网+服装行业威胁分析

第二节 互联网+服装行业竞争格局分析

一、产品竞争格局

二、企业竞争格局

三、品牌竞争格局

第三节 互联网+服装行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 中国互联网+服装行业竞争力分析

一、中国互联网+服装行业竞争力剖析

二、中国互联网+服装企业市场竞争的优势

三、国内互联网+服装企业竞争能力提升途径

第五节 互联网+服装行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、跨国公司在华投资兼并与重组分析

三、本土企业投资兼并与重组分析

四、企业升级途径及并购重组风险分析

五、行业投资兼并与重组趋势分析

第十一章 互联网+服装行业领先企业经营形势分析

第一节 互联网+服装企业经营形势分析

一、红豆集团有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售网络分析
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业互联网+布局
- 7、企业品牌发展分析
- 8、企业发展战略分析

二、海澜集团有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售网络分析
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业互联网+布局
- 7、企业品牌发展分析
- 8、企业发展战略分析

三、报喜鸟集团有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售网络分析
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业互联网+布局
- 7、企业品牌发展分析
- 8、企业发展战略分析

四、广州市格风服饰有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售网络分析
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业互联网+布局
- 7、企业品牌发展分析

8、企业发展战略分析

五、浙江森马服饰股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业销售网络分析

5、企业竞争优势分析

6、企业互联网+布局

7、企业品牌发展分析

8、企业发展战略分析

六、福建七匹狼实业股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业销售网络分析

5、企业竞争优势分析

6、企业互联网+布局

7、企业品牌发展分析

8、企业发展战略分析

七、新郎希努尔集团股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业销售网络分析

5、企业竞争优势分析

6、企业互联网+布局

7、企业品牌发展分析

8、企业发展战略分析

八、搜于特集团股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

- 4、企业销售网络分析
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业互联网+布局
- 7、企业品牌发展分析
- 8、企业发展战略分析

九、宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售网络分析
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业互联网+布局
- 7、企业品牌发展分析
- 8、企业发展战略分析

十、美特斯邦威集团有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售网络分析
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业互联网+布局
- 7、企业品牌发展分析
- 8、企业发展战略分析

第二节 互联网+服装定制企业分析

一、雅戈尔集团股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售网络分析
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业互联网+布局
- 7、企业品牌发展分析

8、企业发展战略分析

二、广东中焱服装有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业销售网络分析

5、企业竞争优势分析

6、企业互联网+布局

7、企业品牌发展分析

8、企业发展战略分析

三、青岛红领集团有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业销售网络分析

5、企业竞争优势分析

6、企业互联网+布局

7、企业品牌发展分析

8、企业发展战略分析

四、大连大杨创世服饰有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业销售网络分析

5、企业竞争优势分析

6、企业互联网+布局

7、企业品牌发展分析

8、企业发展战略分析

五、利郎（中国）有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

- 4、企业销售网络分析
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业互联网+布局
- 7、企业品牌发展分析
- 8、企业发展战略分析

六、广东柏堡龙股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售网络分析
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业互联网+布局
- 7、企业品牌发展分析
- 8、企业发展战略分析

七、浙江乔治白服饰股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售网络分析
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业互联网+布局
- 7、企业品牌发展分析
- 8、企业发展战略分析

八、北京鲁泰优纤电子商务股份公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售网络分析
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业互联网+布局
- 7、企业品牌发展分析
- 8、企业发展战略分析

九、福建柒牌时装科技股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售网络分析
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业互联网+布局
- 7、企业品牌发展分析
- 8、企业发展战略分析

十、温州庄吉服饰有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售网络分析
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业互联网+布局
- 7、企业品牌发展分析
- 8、企业发展战略分析

第五部分发展前景展望

第十二章互联网+服装行业前景及趋势预测

第一节 服装行业供给侧改革重点分析

- 一、需求导向
- 二、结构调整
- 三、创新驱动
- 四、绿色发展

第二节 互联网+服装行业发展趋势

- 一、国外品牌加快在华布局
- 二、行业竞争加剧
- 三、行业整合加快

第三节 服装零售企业的发展趋势

- 一、传统门店科技化转型，从一屏到多屏

二、线上线下融合，真正实现o2o

三、用大数据经营粉丝经济

四、全渠道新零售的布局

第四节 2022-2028年互联网+服装行业未来前景预测

一、2022-2028年互联网+服装行业市场空间预测

二、2022-2028年互联网+服装市场规模预测

1、服装电商市场规模预测

2、服装b2b市场规模预测

3、互联网+服装定制市场规模预测

三、2022-2028年互联网+服装发展前景预测

第十三章 中国互联网+服装行业市场投资机会及建议

第一节 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+服装行业投资风险分析

第二节 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、各投资主体投资趋势分析

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 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

第六部分发展战略研究

第十四章 互联网+服装行业发展面临的问题及对策

第一节 互联网+服装行业存在的问题

一、同质化竞争严重

二、品类拓展关乎“生死”

三、库存积压

第二节 互联网+服装行业问题解决对策

一、将消费者需求融入产品设计

二、发力o2o重构价值链

三、借力网红经济发展产业链

四、向三、四线城市扩展渠道

第三节 互联网+服装行业发展瓶颈

一、试水o2o注重用户体验

二、注重品牌化落地发展

三、注重品质和影响力的营销定位

第四节 互联网+服装行业发展趋势分析

一、纯电商平台加码服装行业

二、传统服装品牌向线上渠道倾斜

三、个性化定制成为企业发展方向

四、众筹设计成行业新时尚

五、加码海外购

第十五章 互联网+时代中国服装产业转型升级及发展战略研究

第一节 互联网+时代中国服装批发市场营销发展对策

一、服装批发市场发展电子商务的现状

1、服装批发市场开始搭建电子商务平台

- 2、服装批发商线上业务不断发展
- 3、服装批发市场与网络零售商的互动多样化

二、服装批发市场转型发展面临的问题

- 1、服装批发市场发展电子商务面临的机遇
- 2、服装批发市场发展电子商务面临的挑战

三、服装批发市场转型发展的总体思路

- 1、从传统的线下经营走到线上的经营
- 2、树立自己的品牌
- 3、通过实体与网络的渠道推广自己的品牌
- 3、通过实体与网络的渠道推广自己的品牌
- 5、线上网店的经营
- 6、线上网店的推广
- 7、转变生产和销售的模式
- 8、品牌推广
- 9、完善电商的售后服务

第二节 “互联网+”时代服装产业转型升级路径研究

一、“互联网+”时代中国服装产业的发展现状

- 1、产业规模稳步上升,质效稳中趋好
- 2、线上消费快速发展,营销渠道呈多元化
- 3、服装生产信息化、智能化步伐加快
- 4、产业升级取得一定成效,向价值链两端延伸

二、当前行业转型升级过程中遇到的问题

- 1、国际国内市场环境日趋复杂
- 2、品牌定位不准确,营销精准度不够
- 3、智能化装备应用程度待进一步提高
- 4、创新与研发能力有待进一步提高

三、“互联网+”时代服装产业转型升级的新路径

- 1、以“互联网+个性化产品”的大规模服装定制路径
- 2、以“互联网+社群”的营销路径,实现网络化精准营销
- 3、以“互联网+智能制造”的生产路径,打造柔性供应链
- 4、以“互联网+协同创新”,构建协同创新生态网络

第三节 互联网环境下服装营销策略及推广研究

一、互联网环境下服装营销面临的主要问题

- 1、服装网络营销理论与技术基础差
- 2、服装网络营销模式单一
- 3、服装网络营销品牌意识薄弱,网络监管力度不足

二、互联网环境下服装营销策略及推广

- 1、结合线下与线上销售模式
- 2、注重服装品牌的网络形象的塑造
 - (1) 构建品牌网站
 - (2) 借助电商服务平台
- 3、建立网络数据库,进行客户的开发与维护
- 4、品牌差异化推广策略
- 5、整合营销推广策略

第四节 互联网时代下的服装产业发展战略研究

一、互联网时代下的服装产业现状

- 1、多家服装品牌施行“缩铺”;
- 2、服装产业迎来“快节奏”;
- 3、服装产业出现边缘化现象

二、互联网时代下服装产业发展的要点

- 1、服装产业的商品管理
- 2、建设服装产品的渠道
- 3、服装产品的市场调查
- 4、服装产品的人资管理

三、互联网时代下的服装产业发展战略

- 1、确保线上线下联合发展
- 2、以消费者需求为主
- 3、建立健全消费者沟通机制

第十六章 2022-2028年互联网+服装行业战略研究

第一节 服装行业互联网+布局现状

- 一、服装企业的互联网探索与实践
- 二、互联网技术在服装行业中的应用
- 三、互联网+服装平台建设方案

四、互联网+对于服装企业的影响

- 1、主线—转型升级和跨界并购
- 2、核心—重构消费者沟通模式
- 3、基石—突出互动

第二节 互联网+服装企业盈利模式构建

一、挖掘客户价值需求

- 1、转变商业思维
- 2、客户隐性需求
- 3、客户价值主张

二、产业价值链再定位

- 1、客户价值公式
- 2、产业价值定位
- 3、商业形态定位

三、寻找利益相关者

四、构建盈利模式

第三节 互联网时代的传统中小服装企业的创新与变革

一、目前传统服装行业所面临的困境

- 1、房租持续上涨
- 2、销售模式单一化
- 3、无法快速响应时代潮流
- 4、生产经营理念过于陈旧

二、传统中小服装企业的变革的方向与措施

- 1、拓宽销售渠道,开创线上线下两种营销路线
- 2、响应时代变迁,及时转变营销战略
- 3、扩大实体优势,增强线下个性体验

第四节 互联网+服装行业投资战略研究

一、2022-2028年互联网+服装行业投资战略

二、2022-2028年细分市场投资战略

第十七章 研究结论及发展建议

第一节 互联网+服装行业研究结论及建议

第二节 互联网+服装子行业研究结论及建议

第三节 互联网+服装行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：2015-2019年中国总体网民规模分析

图表：2015-2019年中国分省网民规模分析

图表：2015-2019年中国手机网民规模分析

图表：2019年中国网民属性结构分析

图表：2015-2019年中国服装行业市场规模

图表：2015-2019年中国服装行业内销市场分析

图表：2015-2019年中国服装行业出口市场分析

图表：2015-2019年中国服装行业生产形势分析

图表：2015-2019年中国服装行业经济效益分析

图表：2015-2019年服装电商交易总额分析

图表：2015-2019年服装电商b2b电商交易规模

图表：2015-2019年服装网购市场交易规模

图表：2015-2019年服装网购渗透率分析

图表：2015-2019年男式休闲装前十品牌市场占有率

图表：2019年中国服装线下线上销售额占比结构分析

图表：2019年各类服装线上销售结构分析

图表：2019年不同品牌线上市场占比结构分析

图表：2019年跨境购买交易规模占比结构分析

图表：2015-2019年服装电商平台数量及增长分析

图表：2019年不同模式服装电商平台结构分析

图表：2015-2019年互联网+服装企业数量分析

图表：2015-2019年中国互联网+服装行业市场占有率

图表：2015-2019年互联网+服装定制市场规模分析

图表：2015-2019年互联网+服装定制投资现状分析

图表：2015-2019年中国高端服装定制客群数量分析

图表：2019年互联网+服装定制市场结构分析

图表：2015-2019年互联网+服装定制企业数量分析

图表：2019年不同层次服装定制企业结构分析

图表：2019年互联网+服装定制企业数量区域分布

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202110/243807.html>