

2022-2028年中国互联网+ 化纤纺织品印染市场评估与投资前景报告

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+化纤纺织品印染市场评估与投资前景报告》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/202205/288251.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

2020Q1公司实现收入和归母净利分别同比下滑2%和6%，下滑幅度显著弱于同行。一方面，公司发力多元电商渠道，电商增速表现依旧较优；另一方面，2019年公司持续推进经销系统调整，在较低的渠道库存水平和强费用管控的驱动下，线下业务表现亦相对稳健，收入下滑主要由于团购业务受疫情影响下滑较大导致。2) 电商渠道逐渐复苏，罗莱生活表现稳健。

2019年公司实现营收和归母净利分别同比增长1%和2%，相对平稳，其中伴随着电商渠道逐步恢复以及公司加强费用管控，19Q4收入及业绩增速环比显著改善；20Q1，收入和归母净利分别同比下滑22%和51%，受疫情冲击相对明显。3) 水星家纺疫情影响较大，线上渠道是亮点。2020Q1公司营收和归母净利分别下滑20%和45%，疫情之后公司积极发力直播、微商城等多元渠道，线上渠道预计仍录得双位数增长，但线下闭店、人流量下滑对线下渠道产生显著拖累，费用相对刚性致利润端表现更弱19A家纺板块营收/归母净利同比+2.1%/-2.1%20Q1家纺板块营收/归母净利同比-20.4%/-37.0% 中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+化纤纺织印染市场评估与投资前景报告》共八章。首先介绍了中国互联网+化纤纺织印染行业市场发展环境、国互联网+化纤纺织印染整体运行态势等，接着分析了中国互联网+化纤纺织印染行业市场运行的现状，然后介绍了国互联网+化纤纺织印染市场竞争格局。随后，报告对国互联网+化纤纺织印染做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+化纤纺织印染行业发展趋势与投资预测。您若想对国互联网+化纤纺织印染产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+化纤纺织印染行业，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：

第一章电子商务与“互联网+”

第一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

第二节“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

第二章互联网环境下化纤纺织品印染行业的机会与挑战

第一节2015-2019年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）分省网民规模分析

（三）手机网民规模分析

（四）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

（二）商务交易发展情况

（三）交流沟通现状分析

（四）网络娱乐应用分析

第二节互联网环境下化纤纺织品印染行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节互联网化纤纺织品印染行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节化纤纺织品印染与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

- 二、电子商务消费环境趋势分析
- 三、互联网技术对行业支撑作用
- 四、电商黄金发展期机遇分析

第三章化纤纺织品印染所属行业行业发展现状分析

第一节化纤纺织品印染行业发展现状分析

- 一、化纤纺织品印染行业产业政策分析
- 二、化纤纺织品印染行业发展现状分析

印染行业2019和2020年一季度年存货周转率提升下降至3.7和3.4，应收账款周转率下降至19.0和15.6，存货方面印染企业因染料成本上升加大了原材料库存储备，另外由于航民股份2018年起新增黄金珠宝饰品业务导致相关数据口径变化（无法从财报中有关数据单独拆出印染业务周转率情况）2015-2020年一季度印染行业存货周转率（次）2015-2020年一季度印染行业应收账款周转率（次）

- 三、化纤纺织品印染行业主要企业分析
 - 四、化纤纺织品印染行业市场规模分析
- #### 第二节化纤纺织品印染行业市场前景分析
- 一、化纤纺织品印染行业发展机遇分析
 - 二、化纤纺织品印染行业市场规模预测
 - 三、化纤纺织品印染行业发展前景分析

第四章化纤纺织品印染所属行业市场规模与电商未来空间预测

第一节化纤纺织品印染电商市场规模与渗透率

- 一、化纤纺织品印染电商总体开展情况
- 二、化纤纺织品印染电商交易规模分析
- 三、化纤纺织品印染电商渠道渗透率分析

第二节化纤纺织品印染电商所属行业盈利能力分析

- 一、化纤纺织品印染电子商务发展有利因素
- 二、化纤纺织品印染电子商务发展制约因素
- 三、化纤纺织品印染电商行业经营成本分析
- 四、化纤纺织品印染电商行业盈利模式分析
- 五、化纤纺织品印染电商行业盈利水平分析

第三节电商行业未来前景及趋势预测

- 一、化纤纺织品印染电商行业市场空间测算
- 二、化纤纺织品印染电商市场规模预测分析
- 三、化纤纺织品印染电商发展趋势预测分析

第五章化纤纺织品印染企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节化纤纺织品印染企业转型电商构建分析

一、化纤纺织品印染电子商务关键环节分析

- (一) 产品采购与组织
- (二) 电商网站建设
- (三) 网站品牌建设及营销
- (四) 服务及物流配送体系
- (五) 网站增值服务

二、化纤纺织品印染企业电子商务网站构建

- (一) 网站域名申请
- (二) 网站运行模式
- (三) 网站开发规划
- (四) 网站需求规划

第二节化纤纺织品印染企业转型电商发展途径

- 一、电商B2B发展模式
- 二、电商B2C发展模式
- 三、电商C2C发展模式
- 四、电商O2O发展模式

第三节化纤纺织品印染企业转型电商平台选择分析

一、化纤纺织品印染企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

- (一) 自建商城概况分析
- (二) 自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

- (一) 电商平台的优劣势
- (二) 电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

- (一) 电商服务外包的优势

(二) 电商服务外包可行性

(三) 电商服务外包前景

五、化纤纺织品印染企业电商平台选择策略

第六章化纤纺织品印染行业电子商务运营模式分析

第一节化纤纺织品印染电子商务B2B模式分析

一、化纤纺织品印染电子商务B2B市场概况

二、化纤纺织品印染电子商务B2B盈利模式

三、化纤纺织品印染电子商务B2B运营模式

四、化纤纺织品印染电子商务B2B的供应链

第二节化纤纺织品印染电子商务B2C模式分析

一、化纤纺织品印染电子商务B2C市场概况

二、化纤纺织品印染电子商务B2C市场规模

三、化纤纺织品印染电子商务B2C盈利模式

四、化纤纺织品印染电子商务B2C物流模式

五、化纤纺织品印染电商B2C物流模式选择

第三节化纤纺织品印染电子商务C2C模式分析

一、化纤纺织品印染电子商务C2C市场概况

二、化纤纺织品印染电子商务C2C盈利模式

三、化纤纺织品印染电子商务C2C信用体系

四、化纤纺织品印染电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

第四节化纤纺织品印染电子商务O2O模式分析

一、化纤纺织品印染电子商务O2O市场概况

二、化纤纺织品印染电子商务O2O优势分析

三、化纤纺织品印染电子商务O2O营销模式

四、化纤纺织品印染电子商务O2O潜在风险

第七章化纤纺织品印染主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节网站A

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第二节网站B

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第三节网站C

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第四节网站D

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第五节网站E

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第八章化纤纺织品印染企业进入互联网领域投资策略分析（I）

第一节化纤纺织品印染企业电子商务市场投资要素

一、企业自身发展阶段的认知分析

二、企业开展电子商务目标的确定

三、企业电子商务发展的认知确定

四、企业转型电子商务的困境分析

第二节化纤纺织品印染企业转型电商物流投资分析

一、化纤纺织品印染企业电商自建物流分析

（一）电商自建物流的优势分析

（二）电商自建物流的负面影响

二、化纤纺织品印染企业电商外包物流分析

第三节化纤纺织品印染企业电商市场策略分析（）

图表目录：

图表2015-2019年我国网民规模及互联网普及率

图表2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率

图表2015-2019年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表2015-2019年我国网络零售市场交易规模

图表2015-2019年我国移动网民规模及增长速度

图表移动端网购增长仍处爆发阶段

图表移动端网购占比大幅提升

图表传统化纤纺织品印染消费存在的“痛点”

图表化纤纺织品印染电子商务重构供应链流程

图表中国电商相关政策汇总

图表2015-2019年化纤纺织品印染电商交易规模趋势图

图表2015-2019年化纤纺织品印染电商市场渗透率趋势图

图表2022-2028年化纤纺织品印染电商交易规模预测趋势图

图表2022-2028年化纤纺织品印染电商市场渗透率预测趋势图

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/288251.html>