

# 2024-2030年中国服装定制 O2O行业发展态势与投资潜力分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国服装定制O2O行业发展态势与投资潜力分析报告》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/202401/438594.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

服装定制：根据具体穿着者个人情况，量体裁衣，单件制作的服装。

当前，服装定制电商主要聚集在T恤印刷、卫衣定制等中低端市场，根据2018年的淘宝数据，这类消费人群占比约78.27%，价格稍昂贵的高端礼服定制以及旗袍定制只占0.12%和0.012%。在消费者收入水平提升、生活质量提高的前提下，未来追求服装品质，服务价值以及时尚潮流的高端服饰定制将会成为消费者的追求目标。由此来看，服装定制电商高端市场具有较大缺口。

此外，我国定制服装产业以团体定制为主，工作制服、校服、文化衫等是主要市场。虽然量体裁衣是大多数服装人都盼望实现的理想。但由于私人定制的量体、打版、裁剪等环节需要大量人工参与，生产成本高，制造周期长，难以大规模生产及推广，市场较为小众。在我国主要集中在高端市场，针对大众的多为小作坊，在产业中占比较小。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国服装定制O2O行业发展态势与投资潜力分析报告》共十章。首先介绍了服装定制O2O行业市场发展环境、服装定制O2O整体运行态势等，接着分析了服装定制O2O行业市场运行的现状，然后介绍了服装定制O2O市场竞争格局。随后，报告对服装定制O2O做了重点企业经营状况分析，最后分析了服装定制O2O行业发展趋势与投资预测。您若想对服装定制O2O产业有个系统的了解或者想投资服装定制O2O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 O2O发展概述

第一节 O2O的相关概述

一、O2O的基本概念

二、O2O模式的发展

三、O2O营销的特点

四、O2O的优势分析

五、O2O模式的多元化

第二节 O2O营销模式分析

一、O2O的广场模式

二、O2O的代理模式

三、O2O的商城模式

### 第三节 O2O营销主要方式

一、体验营销

二、直复营销

三、情感营销

四、数据库营销

### 第四节 中国城市O2O发展水平分析

一、各线城市O2O发展水平

二、各经济带O2O发展水平

三、重点城市O2O发展水平

四、用户群体应用水平研究

## 第二章 互联网环境下服装定制行业的机会与挑战

### 第一节 互联网环境下服装定制行业的机会与挑战

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

### 第二节 服装定制电商需要解决的难题和挑战分析

一、线上与线下博弈问题分析

二、物流与客户体验问题分析

三、引流与流量转化率问题分析

### 第三节 互联网环境下服装定制行业的改造与重构

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 服装定制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 服装定制行业市场规模与电商空间预测

#### 第一节 服装定制市场发展现状分析

一、服装定制行业产业政策分析

二、服装定制行业发展现状分析

三、服装定制行业市场规模分析

四、服装定制行业重点企业分析

五、服装定制行业市场竞争格局

#### 第二节 服装定制行业发展前景预测分析

一、影响行业发展有利因素

二、影响行业发展不利因素

三、服装定制市场前景预测分析

#### 第三节 服装定制电商市场规模与渗透率

一、服装定制电商总体开展情况

二、服装定制电商渠道渗透率分析

#### 第四节 电商行业未来前景及趋势预测

一、服装定制电商行业市场空间测算

二、服装定制电商市场规模预测分析

三、服装定制电商发展趋势预测分析

### 第四章 O2O模式的发展及主要类型

#### 第一节 导流类O2O模式

一、团购

二、导航

三、APP入口

四、单品爆款

#### 第二节 整合类O2O模式

一、线上线下整合

二、电子商务化

三、统一云收银

## 四、全渠道零售

### 第三节 体验类O2O模式

#### 一、免费Wi-Fi

#### 二、社区店

#### 三、生活方式

#### 四、1小时急达

### 第四节 定制类O2O模式

#### 一、产品定制

#### 二、按月订购

#### 三、私人定制

#### 四、众包定制

### 第五节 社交类O2O模式

#### 一、社交矩阵

#### 二、全民营销

#### 三、粉丝自媒体

#### 四、口碑点评

### 第六节 平台类O2O模式

#### 一、通用积分平台

#### 二、优惠券平台

#### 三、价值链平台

#### 四、开放平台

## 第五章 服装定制行业O2O商业设计及实施方案

### 第一节 服装定制行业O2O设计核心

#### 一、O2O设计核心策略

#### 二、O2O设计核心特点

#### 三、O2O设计核心趋势

#### 四、O2O设计核心范围

### 第二节 服装定制行业O2O蓝图规划

#### 一、O2O业务蓝图规划

#### 二、O2O技术蓝图规划

#### 三、O2O平台方向规划

## 四、O2O蓝图突出要点

### 第三节 服装定制行业O2O设计要点

#### 一、O2O模式产品设计

#### 二、O2O模式服务设计

#### 三、O2O模式交互设计

#### 四、O2O模式全渠道设计

#### 五、O2O模式体验店设计

#### 六、O2O模式促销体验设计

### 第四节 服装定制行业O2O模式实施方案

#### 一、电子商务化阶段

#### 二、精细化运营阶段

#### 三、客户体验阶段

#### 四、口碑推荐阶段

#### 五、开放平台阶段

### 第五节 服装定制行业O2O模式金融方案

#### 一、O2O金融流程概述

#### 二、O2O金融解决方案

#### 三、O2O金融业务案例

## 第六章 服装定制行业O2O模式场景设计

### 第一节 服装定制行业O2O活动场景基础

#### 一、客户细分

#### 二、客户接触点

#### 三、客户生命周期

#### 四、客户体验

### 第二节 服装定制行业O2O活动场景要素

#### 一、O2O活动场景要素

#### 二、O2O活动场景结构

#### 三、O2O标准活动场景

#### 四、O2O活动场景设计

### 第三节 服装定制行业O2O活动场景模式

#### 一、爆款模式

- 二、专场定制模式
- 三、新品宣传及预售模式
- 四、关联产品销售模式
- 五、消费者参与模式

## 第七章 服装定制行业O2O营销推广策略分析

### 第一节 O2O移动电商切入--微商城运营

- 一、微商城商户接入流程/要求
- 二、微商城商户接入资费标准
- 三、企业如何开发运营微商城
- 四、企业微商城运营风险分析
- 五、企业微商城推广策略分析

### 第二节 O2O营销推广---APP开发营销策略

- 一、APP营销的特点与价值
- 二、企业APP营销背景分析
- 三、APP体系功能策略方向
- 四、APP营销创意路径分享
- 六、APP用户体验设计技巧
- 六、如何找准APP目标客户
- 七、APP推广的技巧与方法
- 八、APP如何提升运营效果

### 第三节 O2O营销推广---二维码营销策略

- 一、二维码基本定义及分类
- 二、二维码与移动营销应用
- 三、二维码O2O模式应用类型
- 四、二维码O2O模式应用实例
- 五、二维码会员制营销策略

### 第四节 O2O营销推广---微信营销战略

- 一、微信功能概述及营销价值
- 二、微信用户行为及营销现状
- 三、微信的主要营销模式分析
- 四、微信营销的步骤方法与技巧



五、微信营销优秀案例详解

六、微信营销效果的评估标准

## 第五节 O2O营销推广---微博营销战略

一、微博营销的特点与价值

二、微博用户行为营销现状

三、微博营销的策略与技巧

四、微博营销优秀案例详解

五、中小企业微博营销对策

六、微博营销风险应对策略

## 第八章 移动支付助力服装定制行业O2O发展

### 第一节 移动支付产业发展现状

一、移动支付产业的发展历程

二、影响移动支付发展的因素

三、移动支付产业的发展特征

### 第二节 移动支付产业链结构分析

一、移动支付产业链简介

二、移动支付产业链构成

三、移动支付产业链特征

### 第三节 移动支付发展规模分析

一、移动支付行业用户规模分析

二、移动支付行业市场规模分析

三、移动支付行业市场容量预测

### 第四节 移动支付用户消费调研分析

一、移动支付用户区域分布情况

二、移动支付用户手机操作系统

三、移动支付用户使用手机支付方式

四、移动支付用户认知程度分析

五、消费者移动支付额外成本接受度

### 第五节 中国移动支付用户调研结果分析

一、影响用户使用移动支付的关键因素

二、移动支付用户交易支付方式分析

三、移动支付用户期待使用支付方式

四、移动支付服务用户认为需做改善

## 第九章 服装定制行业O2O应用模式及案例分析

### 第一节 福建七匹狼实业股份有限公司

一、企业产品及发展现状

二、企业O2O商业模式分析

三、企业O2O模式核心资源

四、企业O2O模式客户细分

五、企业O2O模式合作伙伴

六、企业O2O模式运营策略

### 第二节 希努尔男装股份有限公司

一、企业产品及发展现状

二、企业O2O商业模式分析

三、企业O2O模式核心资源

四、企业O2O模式客户细分

五、企业O2O模式合作伙伴

六、企业O2O模式运营策略

### 第三节 浙江乔治白服饰股份有限公司

一、企业产品及发展现状

二、企业O2O商业模式分析

三、企业O2O模式核心资源

四、企业O2O模式客户细分

五、企业O2O模式合作伙伴

六、企业O2O模式运营策略

### 第四节 雅戈尔集团股份有限公司

一、企业产品及发展现状

二、企业O2O商业模式分析

三、企业O2O模式核心资源

四、企业O2O模式客户细分

五、企业O2O模式合作伙伴

六、企业O2O模式运营策略

## 第五节浙江报喜鸟服饰股份有限公司

- 一、企业产品及发展现状
- 二、企业O2O商业模式分析
- 三、企业O2O模式核心资源
- 四、企业O2O模式客户细分
- 五、企业O2O模式合作伙伴
- 六、企业O2O模式运营策略

## 第十章 服装定制行业O2O市场机遇及前景分析（）

### 第一节 服装定制行业O2O市场机遇及挑战

- 一、服装定制行业O2O模式优势分析
- 二、服装定制行业O2O模式劣势分析
- 三、服装定制行业O2O模式发展机遇
- 四、服装定制行业O2O模式面临威胁

### 第二节 服装定制行业O2O模式潜力指标分析

- 一、恰当的使用频率
- 二、运营推广的能力
- 三、线下商务谈判能力
- 四、匹配的服务能力
- 五、O2O商业化的设计

### 第三节 服装定制行业O2O模式选择及前景分析

- 一、服装定制行业O2O模式切入点寻找
  - （一）客户基数大领域
  - （二）客单价高的领域
  - （三）高频率单价领域
- 二、服装定制行业O2O运用团队组成
  - （一）产品及技术人才建设
  - （二）线下团队营销推广实施
- 三、服装定制行业O2O模式的选择及前景
  - （一）服装定制行业O2O模式的选择
  - （二）服装定制行业O2O盈利模式构建
  - （三）服装定制行业O2O运营前景分析（）

部分

图表目录：

图表 O2O的定义

图表 O2O模式简介

图表 O2O发展阶段分析

图表 O2O产业结构图

图表 O2O应用分布情况

图表 O2O市场细分领域

图表 各线城市发展水平评估

图表 各经济带发展水平评估

图表 重点城市发展水平评估

图表 用户群体应用水平研究

图表 2024-2030年中国O2O市场规模分析

图表 2024-2030年服装定制O2O市场交易规模趋势图

图表 2024-2030年服装定制O2O市场交易预测趋势图

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/438594.html>