

# 2020-2026年中国服装网购 行业发展态势与投资可行性报告

## 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

《2020-2026年中国服装网购行业发展态势与投资可行性报告》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/202006/169045.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

中企顾问网发布的《2020-2026年中国服装网购行业发展态势与投资可行性报告》共十章。首先介绍了服装网购行业市场发展环境、服装网购整体运行态势等，接着分析了服装网购行业市场运行的现状，然后介绍了服装网购市场竞争格局。随后，报告对服装网购做了重点企业经营状况分析，最后分析了服装网购行业发展趋势与投资预测。您若想对服装网购产业有个系统的了解或者想投资服装网购行业，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1章：服装行业电子商务发展环境分析30

#### 1.1 服装行业发展电商的政策环境分析30

##### 1.1.1 服装行业主要政策法规分析30

##### 1.1.2 服装网购相关政策法规分析31

##### 1.1.3 服装网购市场监管部门分析34

##### 1.1.4 服装网购市场发展规划分析35

#### 1.2 服装行业发展电商的产业环境分析36

##### 1.2.1 服装行业整体发展情况分析36

###### (1) 服装行业生命周期分析36

###### (2) 服装行业市场规模分析36

###### (3) 服装行业经营情况分析37

###### (4) 服装行业盈利情况分析38

###### (5) 服装行业出口情况分析38

###### (6) 服装行业区域分布格局39

###### (7) 服装行业竞争情况分析40

##### 1.2.2 服装行业传统渠道发展情况分析45

###### (1) 服装行业销售渠道发展概况45

###### (2) 服装行业主要销售渠道分析46

###### (3) 服装行业销售渠道终端分析48

- (4) 品牌服装渠道终端结构分析49
- (5) 服装行业销售渠道发展趋势50
- 1.2.3 电子商务行业发展情况分析51
  - (1) 电子商务行业整体发展概述51
  - (2) 电子商务行业交易规模分析52
    - 1) B2B电子商务交易规模分析53
    - 2) 网络零售市场交易规模分析54
    - 3) 网络团购市场交易规模分析54
  - (3) 电子商务行业从业人员规模55
  - (4) 电子商务行业发展趋势分析56
  - (5) 电子商务行业发展前景预测58
- 1.3 服装行业发展电商的技术环境分析59
  - 1.3.1 电子商务网络技术发展分析59
  - 1.3.2 电子商务安全技术发展分析60
  - 1.3.3 网上支付与结算技术分析61
  - 1.3.4 电子商务技术专利发展分析62
- 1.4 服装行业发展电商的消费环境分析63
  - 1.4.1 消费者消费体验对电商影响63
  - 1.4.2 中国消费者购物习惯衍变分析63
  - 1.4.3 服装消费渠道转移趋势分析64
  - 1.4.4 中国消费人群消费特征分析65

## 第2章：服装行业电商渠道发展现状与前景66

- 2.1 服装行业电商渠道发展历程66
  - 2.1.1 服装网购起步阶段分析66
  - 2.1.2 服装网购市场培育阶段分析66
  - 2.1.3 垂直式服装网购阶段分析67
  - 2.1.4 传统服装企业电商化阶段分析67
  - 2.1.5 资本进军服装网购阶段分析67
- 2.2 服装行业电商渠道发展情况分析68
  - 2.2.1 服装网购渠道开拓现状68
  - 2.2.2 服装网购交易规模分析68

- (1) 服装网购网购规模分析68
- (2) 服装网购渠道盈利情况69
- 2.2.3 服装网购渠道存在问题70
- 2.3 服装行业电商渠道发展优劣势分析70
- 2.3.1 服装网购渠道发展优势分析70
- 2.3.2 服装网购渠道发展劣势分析70
- 2.4 服装企业发展电商的机遇与挑战71
- 2.4.1 服装企业发展电商的机遇分析71
- 2.4.2 服装企业发展电商的挑战分析71
- 2.5 服装企业发展电商成本与效益分析72
- 2.5.1 服装企业电子商务成本分析72
  - (1) 服装企业电子商务系统构建成本72
  - (2) 服装企业电子商务技术支持成本73
  - (3) 服装企业电子商务运营管理成本73
  - (4) 服装企业电子商务系统安全成本73
  - (5) 服装企业电子商务风险成本分析73
  - (6) 服装企业电子商务其他成本费用73
- 2.5.2 服装企业电子商务效益分析74
  - (1) 服装企业电子商务直接效益74
  - (2) 服装企业电子商务间接效益75
  - (3) 服装企业电子商务潜在效益75
- 2.6 服装行业电商渠道发展前景预测76
- 2.6.1 服装网购渠道发展进程预测76
- 2.6.2 服装网购渠道业务规模预测76
- 2.6.3 服装网购渠道占比走势预测77

### 第3章：服装企业借助第三方平台电商化模式分析78

- 3.1 借助第三方平台模式的进入成本分析78
- 3.2 国内第三方服装网购平台选择分析78
- 3.2.1 国内第三方平台市场格局分析78
  - (1) 国内第三方B2B平台市场格局78
  - (2) 国内第三方B2C平台市场格局79

### 3.2.2 国内三大B2B电商开放平台对比分析80

- (1) 国内三大B2B电商开放平台服务对比80
- (2) 国内三大B2B电商开放平台资源对比82

### 3.2.3 国内四大B2C电商开放平台入驻政策对比82

- (1) 国内四大B2C电商开放平台准入门槛对比83
- (2) 国内四大B2C电商开放平台规模对比83
- (3) 国内四大B2C电商开放平台账期对比83
- (4) 国内四大B2C电商开放平台资费对比84
- (5) 国内四大B2C电商开放平台扣点率对比84

## 3.3 主要第三方平台服装网购发展分析84

### 3.3.1 天猫商城服装网购发展分析84

- (1) 天猫商城服装网购经营情况85
- (2) 天猫商城服装网购合作模式85
- (3) 天猫商城服装网购核心竞争力86

### 3.3.2 京东商城服装网购经营分析86

- (1) 京东商城服装网购经营情况86
- (2) 京东商城服装网购合作模式87
- (3) 京东商城服装网购核心竞争力87

### 3.3.3 苏宁商城服装网购经营分析88

- (1) 苏宁商城服装网购经营情况88
- (2) 苏宁商城服装网购合作模式88
- (3) 苏宁商城服装网购核心竞争力89

### 3.3.4 亚马逊服装网购经营分析89

- (1) 亚马逊服装网购经营情况89
- (2) 亚马逊服装网购合作模式90
- (3) 亚马逊服装网购核心竞争力90

### 3.3.5 凡客城品服装网购经营分析91

- (1) 凡客城品服装网购经营情况91
- (2) 凡客城品服装网购合作模式91
- (3) 凡客城品服装网购核心竞争力91

### 3.3.6 当当网服装网购经营分析92

- (1) 当当网服装网购经营情况92

- (2) 当当网服装网购合作模式92
- (3) 当当网服装网购核心竞争力92
- 3.4 借助第三方平台模式发展优劣势分析93
  - 3.4.1 借助第三方平台模式发展优势分析93
  - 3.4.2 借助第三方平台模式发展劣势分析93

#### 第4章：服装企业自主品牌电商化模式分析94

- 4.1 自主品牌电商建设步骤分析94
  - 4.1.1 营造良好外部环境94
  - 4.1.2 加强企业内部管理94
- 4.2 自主品牌电商建设瓶颈分析95
  - 4.2.1 自建官网电商成趋势95
  - 4.2.2 品牌商与电商矛盾升级96
  - 4.2.3 自建电商渠道的三大瓶颈96
- 4.3 自主品牌电商系统建立分析97
- 4.4 自主品牌电商化的推广模式分析98
  - 4.4.1 交叉式推广模式分析98
  - 4.4.2 移动端推广模式分析98
  - 4.4.3 服务主导推广模式分析98
  - 4.4.4 产品、消费者差异推广分析98
- 4.5 自主品牌电商化的优劣势分析99
  - 4.5.1 自主品牌电商化的优势分析99
  - 4.5.2 自主品牌电商化的劣势分析99

#### 第5章：服装企业电子商务外包模式分析101

- 5.1 服装企业电子商务外包模式介绍101
  - 5.1.1 电商外包模式概念介绍101
  - 5.1.2 电商外包模式发展现状101
  - 5.1.3 电商外包动作模式分析101
- 5.2 服装企业电商外包特点分析102
  - 5.2.1 电商外包的产业特点分析102
  - 5.2.2 电商外包的企业特点分析102

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 5.2.3 电商外包的业务特点分析      | 103 |
| 5.2.4 电商外包的政府特点分析      | 104 |
| 5.2.5 电商外包的政策特点分析      | 104 |
| 5.3 服装企业电商外包模式优劣势分析    | 104 |
| 5.3.1 服装企业电商外包模式优势分析   | 104 |
| 5.3.2 服装企业电商外包模式劣势分析   | 105 |
| 5.4 中小服装企业电子商务服务外包模式   | 106 |
| 5.4.1 中小服装企业电子商务整体外包模式 | 107 |
| 5.4.2 中小服装企业电子商务部分外包模式 | 107 |
| 5.5 服装网购外包模式发展趋势与前景分析  | 108 |
| 5.5.1 电商外包模式发展必要性分析    | 108 |
| 5.5.2 电商外包模式发展可行性分析    | 108 |
| 5.5.3 电商外包模式发展影响因素分析   | 109 |
| (1) 电商外包模式发展战略因素       | 109 |
| (2) 电商外包模式发展技术因素       | 109 |
| (3) 电商外包模式发展人才因素       | 110 |

## 第6章：服装企业电子商务管理运营模式分析111

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 6.1 服装企业的网上销售模式分析   | 111 |
| 6.1.1 服装企业的网上销售模式定位 | 111 |
| 6.1.2 服装企业的网上批发模式分析 | 111 |
| (1) 网上批发模式优势分析      | 111 |
| (2) 网上批发模式实施路径      | 112 |
| (3) 网上批发模式分销要点      | 112 |
| 6.1.3 服装企业的网上零售模式分析 | 112 |
| (1) 网上零售模式优势分析      | 112 |
| (2) 网上零售模式实施路径      | 113 |
| (3) 网上零售模式成功要点      | 115 |
| 6.2 服装网购内部结构和管理体系分析 | 115 |
| 6.2.1 服装网购组织机构设计分析  | 115 |
| (1) 服装网购人员配置分析      | 115 |
| (2) 服装网购运营流程分析      | 116 |



## 6.2.2 服装网购管理机制设计分析117

- (1) 服装网购激励机制分析117
- (2) 服装网购创新机制分析117
- (3) 服装网购竞争机制分析117

## 6.2.3 服装网购管理制度设计分析117

- (1) 服装网购采购管理制度分析117
- (2) 服装网购人员管理制度分析118
- (3) 服装网购薪酬管理制度分析118
- (4) 服装网购财务管理制度分析118

## 6.3 服装网购物流主要模式选择策略119

### 6.3.1 电商物流主要模式优劣势分析119

- (1) 自建物流配送模式优劣势分析119
- (2) 第三方物流配送模式优劣势分析120
- (3) 第四方物流配送模式优劣势分析121
- (4) 物流联盟配送模式优劣势分析122
- (5) 物流一体化模式优劣势分析123
- (6) “O-S-O”物流模式优劣势分析124

### 6.3.2 电商企业物流模式应用案例分析124

- (1) 阿里巴巴智能物流案例分析124
- (2) 京东商城自建物流案例分析126
- (3) 当当网第三方物流案例分析127

### 6.3.3 电子商务企业物流成本控制策略127

- (1) 运输配送成本控制策略128
- (2) 人力成本控制策略129
- (3) 库房仓储成本控制策略131
- (4) 包装耗材成本控制策略132

## 6.4 服装网购推广营销模式分析133

### 6.4.1 搜索引擎推广营销模式与案例分析133

- (1) 搜索引擎营销分析133
- (2) 搜索引擎营销现状分析133
- (3) 搜索引擎营销成本收益分析134
- (4) 搜索引擎营销案例分析135

#### 6.4.2 论坛推广营销模式与案例分析135

- (1) 论坛营销分析135
- (2) 论坛营销现状分析137
- (3) 论坛营销成本收益分析138
- (4) 论坛营销案例分析138

#### 6.4.3 博客推广营销模式与案例分析139

- (1) 博客营销分析140
- (2) 博客营销现状分析140
- (3) 博客营销成本收益分析140
- (4) 博客营销案例分析141

#### 6.4.4 微博推广营销模式与案例分析142

- (1) 微博营销分析142
- (2) 微博营销现状分析143
- (3) 微博营销成本收益分析144
- (4) 微博营销案例分析144

#### 6.4.5 视频推广营销模式与案例分析145

- (1) 视频营销分析145
- (2) 视频营销现状分析146
- (3) 视频营销成本收益分析147
- (4) 视频营销案例分析148

#### 6.4.6 问答推广营销模式与案例分析148

- (1) 问答营销分析149
- (2) 问答营销现状分析149
- (3) 问答营销成本收益分析149
- (4) 问答营销案例分析150

#### 6.4.7 权威百科推广营销模式与案例分析150

- (1) 权威百科营销分析150
- (2) 权威百科营销现状分析151
- (3) 权威百科营销成本收益分析151
- (4) 权威百科营销案例分析151

#### 6.4.8 企业新闻推广营销模式与案例分析152

- (1) 企业新闻营销分析152

- (2) 企业新闻营销现状分析153
- (3) 企业新闻营销成本收益分析153
- (4) 企业新闻营销案例分析153

## 第7章：服装网购细分市场投资前景155

### 7.1 女装电商投资前景分析155

#### 7.1.1 女装行业发展现状分析155

- (1) 女装行业市场规模155
- (2) 女装行业生命周期156
- (3) 女装行业利润水平158
- (4) 女装行业存货水平159
- (5) 女装市场竞争格局160
- (6) 女装市场渠道结构162

#### 7.1.2 女装行业电商投资分析164

- (1) 女装行业电商发展现状165
- (2) 女装行业电商投资前景165

### 7.2 男装电商投资前景分析166

#### 7.2.1 男装行业发展现状分析166

- (1) 男装行业市场增速166
- (2) 男装行业生命周期167
- (3) 男装行业利润水平170
- (4) 男装行业存货水平171
- (5) 男装市场竞争相对缓和173
- (6) 男装市场渠道结构175

#### 7.2.2 男装行业电商投资分析176

- (1) 男装行业电商发展现状176
- (2) 男装行业电商投资前景176

### 7.3 童装电商投资前景分析177

#### 7.3.1 童装行业发展现状分析177

- (1) 童装行业市场规模177
- (2) 童装行业生命周期178
- (3) 童装行业利润水平179

|                   |     |
|-------------------|-----|
| (4) 童装市场竞争格局      | 180 |
| (5) 童装市场渠道结构      | 181 |
| 7.3.2 童装行业电商投资分析  | 183 |
| (1) 童装行业电商发展现状    | 183 |
| (2) 童装行业电商投资前景    | 184 |
| 7.4 休闲服电商投资前景分析   | 185 |
| 7.4.1 休闲服行业发展现状分析 | 185 |
| (1) 休闲服行业市场规模     | 185 |
| (2) 休闲服行业生命周期     | 185 |
| (3) 休闲服行业利润水平     | 186 |
| (4) 休闲服行业存货水平     | 187 |
| (5) 休闲服市场竞争格局     | 189 |
| (6) 休闲服市场渠道结构     | 191 |
| 7.4.2 休闲服行业电商投资分析 | 191 |
| (1) 休闲服行业电商发展现状   | 191 |
| (2) 休闲服行业电商投资前景   | 192 |
| 7.5 运动服电商投资前景分析   | 193 |
| 7.5.1 运动服行业发展现状分析 | 193 |
| (1) 运动服行业市场规模     | 193 |
| (2) 运动服行业生命周期     | 194 |
| (3) 运动服行业利润水平     | 195 |
| (4) 运动服行业存货水平     | 196 |
| (5) 运动服市场竞争分析     | 197 |
| (6) 运动服市场渠道结构     | 198 |
| 7.5.2 运动服行业电商投资分析 | 199 |
| (1) 运动服行业电商发展现状   | 199 |
| (2) 运动服行业电商投资前景   | 199 |
| 7.6 内衣电商投资前景分析    | 200 |
| 7.6.1 内衣行业发展现状分析  | 200 |
| (1) 内衣行业市场规模      | 200 |
| (2) 内衣行业生命周期      | 201 |
| (3) 内衣行业利润水平      | 202 |

(4) 内衣行业存货水平203

(5) 内衣市场竞争格局204

(6) 内衣市场渠道结构206

#### 7.6.2 内衣行业电商投资分析213

(1) 内衣行业电商发展现状213

(2) 内衣行业电商投资前景214

### 第8章：服装网购主要融资渠道分析216

#### 8.1 服装网购融资环境分析216

##### 8.1.1 服装网购银行融资环境分析216

##### 8.1.2 服装网购证券融资环境分析217

#### 8.2 服装网购主要融资模式分析220

##### 8.2.1 服装网购债权融资模式分析220

(1) 信用融资模式分析220

(2) 金融租赁融资分析220

##### 8.2.2 服装网购股权融资模式分析221

(1) 引进风险投资分析221

(2) 杠杆收购融资分析222

(3) 境外上市融资分析222

##### 8.2.3 服装网购贸易融资模式分析223

(1) 票据贴现融资分析223

(2) 商业信用融资分析223

(3) 资产典当融资分析225

(4) 资产管理融资分析226

##### 8.2.4 服装网购其他融资模式分析226

(1) 信托工具融资分析226

(2) 私募股权基金融资分析226

#### 8.3 服装网购创新融资模式分析230

### 第9章：领先服装企业电商战略与经验借鉴232

#### 9.1 女装企业经营情况与电商渠道建设分析232

##### 9.1.1 朗姿股份有限公司232

- (1) 企业发展简况分析232
- (2) 企业经营情况分析233
- (3) 企业经营优劣势分析237
- 9.1.2 凯撒（中国）股份有限公司237
  - (1) 企业发展简况分析237
  - (2) 企业经营情况分析239
  - (3) 企业经营优劣势分析242
- 9.1.3 珠海威丝曼服饰股份有限公司242
  - (1) 企业发展简况分析242
  - (2) 企业经营情况分析243
  - (3) 企业经营优劣势分析246
- 9.1.4 宁波太平鸟时尚女装有限公司246
  - (1) 企业发展简况分析246
  - (2) 企业经营情况分析247
  - (3) 企业经营优劣势分析249
- 9.1.5 深圳影儿时尚集团有限公司250
  - (1) 企业发展简况分析250
  - (2) 企业经营情况分析250
  - (3) 企业经营优劣势分析253
- 9.2 男装企业经营情况与电商渠道建设分析254
- 9.2.1 海澜集团公司254
  - (1) 企业发展简况分析254
  - (2) 企业经营情况分析255
  - (3) 企业经营优劣势分析258
- 9.2.2 雅戈尔集团股份有限公司258
  - (1) 企业发展简况分析258
  - (2) 企业经营情况分析259
  - (3) 企业经营优劣势分析263
- 9.2.3 希努尔男装股份有限公司264
  - (1) 企业发展简况分析264
  - (2) 企业经营情况分析265
  - (3) 企业经营优劣势分析269

#### 9.2.4 浙江报喜鸟服饰股份有限公司269

- (1) 企业发展简况分析269
- (2) 企业经营情况分析270
- (3) 企业经营优劣势分析274

#### 9.2.5 利郎（中国）有限公司274

- (1) 企业发展简况分析274
- (2) 企业经营情况分析275
- (3) 企业经营优劣势分析279

#### 9.2.6 劲霸男装股份有限公司280

- (1) 企业发展简况分析280
- (2) 企业经营情况分析281
- (3) 企业经营优劣势分析283

#### 9.2.7 九牧王股份有限公司284

- (1) 企业发展简况分析284
- (2) 企业经营情况分析284
- (3) 企业经营优劣势分析288

#### 9.2.8 福建七匹狼实业股份有限公司289

- (1) 企业发展简况分析289
- (2) 企业经营情况分析289
- (3) 企业经营优劣势分析294

#### 9.2.9 广州卡奴迪路服饰股份有限公司295

- (1) 企业发展简况分析295
- (2) 企业经营情况分析295
- (3) 企业经营优劣势分析300

### 9.3 童装企业经营情况与电商渠道建设分析300

#### 9.3.1 浙江森马服饰股份有限公司300

- (1) 企业发展简况分析300
- (2) 企业经营情况分析301
- (3) 企业经营优劣势分析305

#### 9.3.2 广东小猪班纳服饰股份有限公司305

- (1) 企业发展简况分析306
- (2) 企业经营情况分析306

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| (3) 企业经营优劣势分析           | 309 |
| 9.3.3 宝派少儿服饰（中国）有限公司    | 309 |
| (1) 企业发展简况分析            | 309 |
| (2) 企业经营情况分析            | 310 |
| (3) 企业经营优劣势分析           | 313 |
| 9.3.4 红黄蓝集团有限公司         | 313 |
| (1) 企业发展简况分析            | 313 |
| (2) 企业经营情况分析            | 314 |
| (3) 企业经营优劣势分析           | 317 |
| 9.3.5 泉州格林服装有限公司        | 317 |
| (1) 企业发展简况分析            | 317 |
| (2) 企业经营情况分析            | 317 |
| (3) 企业经营优劣势分析           | 320 |
| 9.4 运动服装企业经营情况与电商渠道建设分析 | 321 |
| 9.4.1 特步国际控股有限公司        | 321 |
| (1) 企业发展简况分析            | 321 |
| (2) 企业经营情况分析            | 322 |
| (3) 企业经营优劣势分析           | 325 |
| 9.4.2 安踏体育用品有限公司        | 325 |
| (1) 企业发展简况分析            | 325 |
| (2) 企业经营情况分析            | 325 |
| (3) 企业经营优劣势分析           | 329 |
| 9.4.3 李宁有限公司            | 329 |
| (1) 企业发展简况分析            | 329 |
| (2) 企业经营情况分析            | 329 |
| (3) 企业经营优劣势分析           | 333 |
| 9.4.4 三六一度国际有限公司        | 333 |
| (1) 企业发展简况分析            | 333 |
| (2) 企业经营情况分析            | 333 |
| (3) 企业经营优劣势分析           | 336 |
| 9.4.5 匹克体育用品有限公司        | 337 |
| (1) 企业发展简况分析            | 337 |



|                         |     |
|-------------------------|-----|
| (2) 企业经营情况分析            | 337 |
| (3) 企业经营优劣势分析           | 340 |
| 9.5 休闲服装企业经营情况与电商渠道建设分析 | 340 |
| 9.5.1 德永佳集团有限公司         | 340 |
| (1) 企业发展简况分析            | 340 |
| (2) 企业经营情况分析            | 341 |
| (3) 企业经营优劣势分析           | 344 |
| 9.5.2 佐丹奴国际有限公司         | 344 |
| (1) 企业发展简况分析            | 344 |
| (2) 企业经营情况分析            | 345 |
| (3) 企业经营优劣势分析           | 348 |
| 9.5.3 旭日企业有限公司          | 348 |
| (1) 企业发展简况分析            | 348 |
| (2) 企业经营情况分析            | 348 |
| (3) 企业经营优劣势分析           | 351 |
| 9.5.4 上海美特斯邦威服饰股份有限公司   | 352 |
| (1) 企业发展简况分析            | 352 |
| (2) 企业经营情况分析            | 352 |
| (3) 企业经营优劣势分析           | 356 |
| 9.5.5 堡狮龙国际集团有限公司       | 356 |
| (1) 企业发展简况分析            | 356 |
| (2) 企业经营情况分析            | 357 |
| (3) 企业经营优劣势分析           | 360 |
| 9.6 内衣企业经营情况与电商渠道建设分析   | 360 |
| 9.6.1 安莉芳（中国）服装有限公司     | 360 |
| (1) 企业发展简况分析            | 360 |
| (2) 企业经营情况分析            | 361 |
| (3) 企业经营优劣势分析           | 365 |
| 9.6.2 华歌尔（中国）时装有限公司     | 365 |
| (1) 企业发展简况分析            | 365 |
| (2) 企业经营情况分析            | 366 |
| (3) 企业经营优劣势分析           | 369 |

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 9.6.3 广东曼妮芬服装有限公司        | 369 |
| (1) 企业发展简况分析             | 369 |
| (2) 企业经营情况分析             | 370 |
| (3) 企业经营优劣势分析            | 372 |
| 9.6.4 北京爱慕内衣有限公司         | 373 |
| (1) 企业发展简况分析             | 373 |
| (2) 企业经营情况分析             | 374 |
| (3) 企业经营优劣势分析            | 376 |
| 9.6.5 上海古今内衣制造有限公司经营情况分析 | 377 |
| (1) 企业发展简况分析             | 377 |
| (2) 经营情况分析               | 377 |
| (3) 企业经营优劣势分析            | 380 |
| 9.7 网络品牌服装网购发展战略与经营分析    | 380 |
| 9.7.1 上海麦考林国际邮购有限公司      | 380 |
| (1) 企业发展简况分析             | 380 |
| (2) 经营情况分析               | 381 |
| 9.7.2 广东梦芭莎电子商务有限公司      | 387 |
| (1) 企业发展简况分析             | 387 |
| (2) 经营情况分析               | 388 |
| 9.7.3 山东韩都衣舍电子商务有限公司     | 390 |
| (1) 企业发展简况分析             | 390 |
| (2) 经营情况分析               | 391 |
| 9.7.4 杭州黯涉电子商务有限公司       | 392 |
| (1) 企业发展简况分析             | 392 |
| (2) 经营情况分析               | 393 |
| 9.7.5 深圳市欧莎世家服饰有限公司      | 393 |
| (1) 企业发展简况分析             | 393 |
| (2) 企业经营情况分析             | 394 |

## 第10章：服装网购发展趋势与投资建议396

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 10.1 服装网购发展趋势分析   | 396 |
| 10.1.1 服装网购模式衍变趋势 | 396 |

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 10.1.2 服装网购外包趋势分析  | 397 |
| 10.1.3 移动电商发展趋势分析  | 398 |
| 10.2 服装行业电商发展进程预测  | 399 |
| 10.2.1 生产企业电商进程预测  | 399 |
| 10.2.2 传统渠道商电商进程预测 | 400 |
| 10.2.3 第三方平台电商进程预测 | 401 |
| 10.3 服装网购市场规模与前景预测 | 402 |
| 10.3.1 服装网购消费人数预测  | 402 |
| 10.3.2 服装网购市场规模预测  | 403 |
| 10.3.3 服装网购竞争前景预测  | 403 |
| 10.4 服装网购投资风险分析    | 404 |
| 10.4.1 服装网购市场风险分析  | 404 |
| 10.4.2 服装网购竞争风险    | 404 |
| 10.4.3 服装网购资金风险分析  | 404 |
| 10.4.4 服装网购成本风险分析  | 405 |
| 10.4.5 服装网购管理风险分析  | 405 |
| 10.4.6 服装网购技术风险分析  | 405 |
| 10.5 服装网购相关投资建议    | 405 |
| 10.5.1 服装网购投资准备建议  | 405 |
| 10.5.2 服装网购投资战略建议  | 406 |
| 10.5.3 服装网购投资模式借鉴  | 406 |
| 10.5.4 服装网购运营模式建议  | 407 |
| 10.5.5 服装网购风险规避建议  | 408 |

## 图表目录：

图表：我国服装行业销售渠道发展阶段45

图表：我国服装行业的主要销售渠道46

图表：2019年我国服装行业渠道结构（单位：%）48

图表：中美两国服装市场渠道结构比较（单位：%）49

图表：我国主要女装品牌的渠道模式49

图表：我国女装企业多采用多品牌战略50

图表：2014-2019年中国电子商务交易额及增长情况预测（单位：万亿元，%）52

图表：2014-2019年中国电子商务B2B交易规模及预测（单位：万亿元，%） 53

图表：2019年中国网购市场交易规模及预测（单位：亿元，%） 54

图表：2019年中国网络团购市场交易额（单位：亿元） 54

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/169045.html>