

## 中国互联网+内衣行业商业模式创新与投资机会深度研究报告

## 目 录

## CONTENTS

<b>第1章：中国互联网+内衣行业发展综述</b>	
1.1 “互联网+内衣”行业概念界定	
1.1.1 “互联网+”的提出及内涵	
(1) “互联网+”的提出	
(2) “互联网+”的内涵	
1.1.2 “互联网+内衣”的内涵	
1.1.3 本报告的研究范围	
1.2 “互联网+内衣”行业发展背景分析	
1.2.1 政策端：国家政策鼓励互联网+大融合	
1.2.2 需求端：线上市场红利巨大	
1.2.3 技术端：互联网技术推动内衣行业转型	
1.2.4 竞争端：企业商业模式不断创新	
1.3 中国互联网+内衣行业行业吸引力分析	
1.3.1 互联网+内衣行业吸引力评价的影响因素	
1.3.2 互联网+内衣行业吸引力矩阵分析	
1.3.3 互联网+内衣行业吸引力总体评价	
<b>第2章：中国互联网+内衣行业发展状况分析</b>	
2.1 中国互联网+内衣行业的市场发展阶段分析	
2.1.1 前瞻对互联网+内衣行业发展阶段的研究	
2.1.2 中国互联网+内衣行业细分阶段的发展特点	
2.2 互联网给内衣行业带来的冲击和变革分析	
2.2.1 互联网时代内衣行业大环境变化分析	
2.2.2 互联网给内衣行业带来的突破机遇分析	
2.2.3 互联网给内衣行业带来的挑战分析	
2.2.4 互联网+内衣行业融合创新机会分析	
2.3 中国互联网+内衣行业发展现状分析	
2.3.1 中国互联网+内衣行业状态描述总结	
(1) 中国互联网+内衣行业经济特性分析	
(2) 中国互联网+内衣行业发展特点分析	
(3) 中国互联网+内衣行业市场规模分析	
2.4 中国互联网+内衣行业市场竞争分析	
2.4.1 中国互联网+内衣行业竞争格局分析	
(1) 行业竞争层次分析	
(2) 行业竞争格局分析	
2.4.2 中国互联网+内衣行业五力模型分析	
(1) 行业现有竞争者分析	
(2) 行业潜在进入者威胁	
(3) 行业替代品威胁分析	
(4) 行业供应商议价能力分析	
(5) 行业购买者议价能力分析	
(6) 行业竞争情况总结	
2.5 中国互联网+内衣行业发展痛点分析	
2.5.1 中国互联网+内衣行业发展痛点分析	
2.5.2 中国互联网+内衣行业痛点解决路径	
<b>第3章：中国互联网+内衣行业商业模式创新策略</b>	
3.1 互联网+内衣行业商业模式总体分析	
3.1.1 互联网+内衣行业关键因素分析	
3.1.2 互联网+内衣行业市场主体分析	
3.1.3 互联网+内衣行业价值主张分析	
3.1.4 互联网+内衣行业成本构成分析	
3.1.5 互联网+内衣行业客户关系分析	

- 3.1.6 互联网+内衣行业销售渠道分析
- 3.1.7 互联网+内衣行业盈利模式分析
- 3.1.8 互联网+内衣行业合作伙伴分析
- 3.2 互联网+内衣模式商业模式类型分析**
  - 3.2.1 互联网+内衣商业模式划分依据
  - 3.2.2 互联网+内衣商业模式类型分析
- 3.3 互联网+内衣商业典型模式分析**
  - 3.3.1 第三方电商平台模式分析
    - (1) 模式的特点
    - (2) 模式优劣性分析
    - (3) 模式的切入方法
    - (4) 模式的发展现状
    - (5) 模式的典型案例
    - (6) 模式的市场前景
  - 3.3.2 自有电商平台模式分析
    - (1) 模式的特点
    - (2) 模式优劣性分析
    - (3) 模式的切入方法
    - (4) 模式的发展现状
    - (5) 模式的典型案例
    - (6) 模式的市场前景
  - 3.3.3 线上+线下+品牌全渠道模式分析
    - (1) 模式的特点
    - (2) 模式优劣性分析
    - (3) 模式的切入方法
    - (4) 模式的发展现状
    - (5) 模式的典型案例
    - (6) 模式的市场前景
  - 3.3.4 互联网+内衣微商模式分析
    - (1) 模式的特点
    - (2) 模式优劣性分析
    - (3) 模式的切入方法
    - (4) 模式的发展现状
    - (5) 模式的典型案例
    - (6) 模式的市场前景
  - 3.3.5 互联网+内衣新零售模式分析
    - (1) 模式的特点
    - (2) 模式优劣性分析
    - (3) 模式的切入方法
    - (4) 模式的发展现状
    - (5) 模式的典型案例
    - (6) 模式的市场前景
  - 3.3.6 海淘B2C模式分析
    - (1) 模式的特点
    - (2) 模式优劣性分析
    - (3) 模式的切入方法
    - (4) 模式的发展现状
    - (5) 模式的典型案例
    - (6) 模式的市场前景
  - 3.3.7 互联网+内衣B2B模式分析
    - (1) 模式的特点
    - (2) 模式优劣性分析
    - (3) 模式的切入方法
    - (4) 模式的发展现状
    - (5) 模式的典型案例
    - (6) 模式的市场前景
  - 3.3.8 互联网+内衣C2M模式分析
    - (1) 模式的特点
    - (2) 模式优劣性分析

- (3) 模式的切入方法
- (4) 模式的发展现状
- (5) 模式的典型案例
- (6) 模式的市场前景

### 3.4 中国互联网+内衣商业模式创新策略分析

- 3.4.1 互联网+内衣行业渠道创新策略分析
- 3.4.2 互联网+内衣行业客户关系创新策略
- 3.4.3 互联网+内衣行业盈利模式创新策略
- 3.4.4 互联网+内衣行业合作伙伴创新策略
- 3.4.5 互联网+内衣行业成本构成创新策略

## 第4章：中国互联网+内衣行业实施战略分析

### 4.1 互联网+内衣行业关键因素分析

- 4.1.1 消费者选择线上买内衣的顾虑
- 4.1.2 互联网+内衣行业发展关键因素分析
  - (1) 互联网+内衣行业发展关键因素——体验
  - (2) 互联网+内衣行业发展关键因素——退货
  - (3) 互联网+内衣行业发展关键因素——品牌
  - (4) 互联网+内衣行业发展关键因素——质量
  - (5) 互联网+内衣行业发展关键因素——价格

### 4.2 互联网+内衣行业生态圈打造模式分析

- 4.2.1 构建互联网+内衣行业生态圈的深度思考
- 4.2.2 互联网+内衣生态圈构建的关键因素——数据
- 4.2.3 互联网+内衣生态圈构建的关键因素——平台
- 4.2.4 互联网+内衣生态圈构建的关键因素——供应商
- 4.2.5 互联网+内衣生态圈构建的关键因素——零售商
- 4.2.6 互联网+内衣生态圈构建的关键因素——代理商
- 4.2.7 互联网+内衣生态圈构建关键因素——品牌运营商

### 4.3 互联网+内衣行业商业模式实施战略分析

- 4.3.1 如何基于大数据营销？——挖掘市场
- 4.3.2 如何整合泛市场资源？——转化为客户
- 4.3.3 如何先导性的占领用户心智？——建立品牌忠诚度
- 4.3.4 互联网企业如何提高客户体验？——直击消费痛点
- 4.3.5 如何挖掘潜在新领域市场？——细分市场
- 4.3.6 如何打造核心竞争力？——打造企业核心优势
  - (1) 互联网+内衣企业建立这种优势要多长时间？
  - (2) 互联网+内衣企业能够获得的优势有多大？
  - (3) 竞争对手做出有力反应需要多长时间？

## 第5章：中国互联网+内衣商业模式创新优秀案例剖析

### 5.1 梦芭莎——全渠道模式一

- 5.1.1 品牌基本信息简介
- 5.1.2 品牌经营情况分析
- 5.1.3 品牌内衣产品种类
- 5.1.4 品牌互联网商业模式分析
- 5.1.5 品牌核心竞争力分析
- 5.1.6 品牌商业模式评价

### 5.2 兰缪——全渠道模式二

- 5.2.1 品牌基本信息简介
- 5.2.2 品牌经营情况分析
- 5.2.3 品牌内衣产品种类
- 5.2.4 品牌互联网商业模式分析
- 5.2.5 品牌核心竞争力分析
- 5.2.6 品牌商业模式评价

### 5.3 万富内衣—B2B供应链模式

- 5.3.1 品牌基本信息简介
- 5.3.2 品牌经营情况分析
- 5.3.3 品牌内衣产品种类
- 5.3.4 品牌互联网商业模式分析
- 5.3.5 品牌核心竞争力分析
- 5.3.6 品牌商业模式评价

#### 5.4 幸福狐狸——微商模式

- 5.4.1 品牌基本信息简介
- 5.4.2 品牌经营情况分析
- 5.4.3 品牌内衣产品种类
- 5.4.4 品牌互联网商业模式分析
- 5.4.5 品牌核心竞争力分析
- 5.4.6 品牌商业模式评价

#### 5.5 红妮——定制模式

- 5.5.1 品牌基本信息简介
- 5.5.2 品牌经营情况分析
- 5.5.3 品牌内衣产品种类
- 5.5.4 品牌互联网商业模式分析
- 5.5.5 品牌核心竞争力分析
- 5.5.6 品牌商业模式评价

#### 5.6 都市丽人——淘品牌模式

- 5.6.1 品牌基本信息简介
- 5.6.2 品牌经营情况分析
- 5.6.3 品牌内衣产品种类
- 5.6.4 品牌互联网商业模式分析
- 5.6.5 品牌核心竞争力分析
- 5.6.6 品牌商业模式评价

#### 5.7 Nice in——C2M模式

- 5.7.1 品牌基本信息简介
- 5.7.2 品牌经营情况分析
- 5.7.3 品牌内衣产品种类
- 5.7.4 品牌互联网商业模式分析
- 5.7.5 品牌核心竞争力分析
- 5.7.6 品牌商业模式评价

### 第6章：互联网+内衣行业前景预测与投资建议

#### 6.1 互联网+内衣行业发展趋势与前景预测

- 6.1.1 行业发展因素分析
- 6.1.2 行业发展趋势预测
  - (1) 产品发展趋势
  - (2) 竞争趋势分析
  - (3) 市场趋势分析
- 6.1.3 行业发展前景预测

#### 6.2 互联网+内衣行业投资现状与风险分析

- 6.2.1 行业投资现状分析
- 6.2.2 行业进入壁垒分析
- 6.2.3 行业经营模式分析
- 6.2.4 行业投资风险预警
- 6.2.5 行业兼并重组分析

#### 6.3 互联网+内衣行业投资机会与热点分析

- 6.3.1 行业投资价值分析
- 6.3.2 行业投资机会分析
  - (1) 产业链投资机会分析
  - (2) 重点区域投资机会分析
  - (3) 细分市场投资机会分析
  - (4) 产业空白点投资机会
- 6.3.3 行业投资热点分析

#### 6.4 互联网+内衣行业发展战略与规划分析

- 6.4.1 互联网+内衣行业发展战略研究分析
  - (1) 战略综合规划
  - (2) 区域战略规划
  - (3) 产业战略规划
  - (4) 营销品牌战略
  - (5) 竞争战略规划
- 6.4.2 对我国互联网+内衣企业的战略思考
- 6.4.3 中国互联网+内衣行业发展建议分析

## 图表目录

- 图表1: “互联网+内衣”的内涵  
图表2: 中国互联网+内衣发展历程  
图表3: 2018年中国互联网+内衣行业状态描述总结  
图表4: 2018年中国互联网+内衣行业经济特性分析  
图表5: 2011-2018年中国互联网+内衣市场规模(单位:亿元,%)  
图表6: 中国互联网+内衣行业竞争层次分析  
图表7: 2018年中国互联网+内衣行业市场竞争格局(单位:%)  
图表8: 中国互联网+内衣行业现有竞争情况  
图表9: 我国互联网+内衣行业潜在进入者威胁分析  
图表10: 我国互联网+内衣行业替代品威胁分析  
图表11: 我国互联网+内衣行业对上游供应商的议价能力分析  
图表12: 我国互联网+内衣行业对下游客户议价能力分析  
图表13: 我国互联网+内衣行业五力分析结论  
图表14: 中国互联网+内衣行业发展痛点分析  
图表15: 中国互联网+内衣行业痛点解决路径  
图表16: 互联网+内衣行业市场主体分析  
图表17: 互联网+内衣行业价值主张分析  
图表18: 互联网+内衣行业成本构成分析  
图表19: 互联网+内衣行业客户关系分析  
图表20: 互联网+内衣行业销售渠道分析  
图表21: 互联网+内衣行业盈利模式分析  
图表22: 互联网+内衣行业合作伙伴分析  
图表23: 互联网+内衣第三方电商平台模式的特点  
图表24: 互联网+内衣第三方电商平台模式的优劣性  
图表25: 互联网+内衣第三方电商平台模式的切入方法  
图表26: 自有电商平台模式的特点  
图表27: 自有电商平台模式的优劣性  
图表28: 自有电商平台模式的切入方法  
图表29: 线上+线下+品牌全渠道模式的特点  
图表30: 线上+线下+品牌全渠道模式的优劣性  
图表31: 线上+线下+品牌全渠道模式的切入方法  
图表32: 互联网+内衣微商模式的特点  
图表33: 互联网+内衣微商模式的优劣性  
图表34: 互联网+内衣微商模式的切入方法  
图表35: 互联网+内衣新零售模式的特点  
图表36: 互联网+内衣新零售模式的优劣性  
图表37: 互联网+内衣新零售模式的切入方法  
图表38: 互联网+内衣新零售模式的特点  
图表39: 互联网+内衣新零售模式的优劣性  
图表40: 互联网+内衣新零售模式的切入方法  
图表41: 互联网+内衣B2B模式的特点  
图表42: 互联网+内衣B2B模式的优劣性  
图表43: 互联网+内衣B2B模式的切入方法  
图表44: 互联网+内衣C2M模式的特点  
图表45: 互联网+内衣C2M模式的优劣性  
图表46: 互联网+内衣C2M模式的切入方法  
图表47: 互联网+内衣行业渠道创新策略  
图表48: 互联网+内衣行业客户关系创新策略  
图表49: 互联网+内衣行业盈利模式创新策略  
图表50: 互联网+内衣行业合作伙伴创新策略  
图表51: 互联网+内衣行业成本构成创新策略  
图表52: 梦芭莎品牌基本信息简介  
图表53: 梦芭莎品牌经营情况分析

- 图表54: 梦芭莎品牌内衣产品种类
- 图表55: 梦芭莎品牌商业模式
- 图表56: 梦芭莎品牌核心竞争力分析
- 图表57: 梦芭莎品牌商业模式评价
- 图表58: 兰缪品牌基本信息简介
- 图表59: 兰缪品牌经营情况分析
- 图表60: 兰缪品牌内衣产品种类
- 图表61: 兰缪品牌商业模式
- 图表62: 兰缪品牌核心竞争力分析
- 图表63: 兰缪品牌商业模式评价
- 图表64: 万富内衣品牌基本信息简介
- 图表65: 万富内衣品牌经营情况分析
- 图表66: 万富内衣品牌内衣产品种类
- 图表67: 万富内衣品牌商业模式
- 图表68: 万富内衣品牌核心竞争力分析
- 图表69: 万富内衣品牌商业模式评价
- 图表70: 幸福狐狸品牌基本信息简介
- 图表71: 幸福狐狸品牌经营情况分析

……略

完整版目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：[service@qianzhan.com](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！