2026-2031年中国服装行业电子商务发展模式与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

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 服装电商相关政策法规分析.....31
1.1.3 服装电商市场监管部门分析.....34
1.1.4 服装电商市场发展规划分析.....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 服装电商起步阶段分析.....66
2.1.2 服装电商市场培育阶段分析.....66
2.1.3 垂直式服装电商阶段分析.....67
2.1.4 传统服装企业电商化阶段分析.....67
2.1.5 资本进军服装电商阶段分析.....67
2.2 服装行业电商渠道发展情况分析.....68
2.2.1 服装电商渠道开拓现状.....68
2.2.2 服装电商交易规模分析.....68
（1）服装电商网购规模分析.....68

（2）服装电商渠道盈利情况.....69
2.2.3 服装电商渠道存在问题.....70
2.3 服装行业电商渠道发展优劣势分析.....70
2.3.1 服装电商渠道发展优势分析.....70
2.3.2 服装电商渠道发展劣势分析.....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 服装电商渠道发展进程预测.....76
2.6.2 服装电商渠道业务规模预测.....76
2.6.3 服装电商渠道占比走势预测.....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 国内第三方服装电商平台选择分析.....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电商发展分析.....84
3.3.1 天猫商城服装电商发展分析.....84
（1）天猫商城服装电商经营情况.....85
（2）天猫商城服装电商合作模式.....85
（3）天猫商城服装电商核心竞争力.....86
3.3.2 京东商城服装电商经营分析.....86
（1）京东商城服装电商经营情况.....86
（2）京东商城服装电商合作模式.....87
（3）京东商城服装电商核心竞争力.....87
3.3.3 苏宁商城服装电商经营分析.....88
（1）苏宁商城服装电商经营情况.....88
（2）苏宁商城服装电商合作模式.....88
（3）苏宁商城服装电商核心竞争力.....89
3.3.4 亚马逊服装电商经营分析.....89
（1）亚马逊服装电商经营情况.....89
（2）亚马逊服装电商合作模式.....90
（3）亚马逊服装电商核心竞争力.....90
3.3.5 凡客城品服装电商经营分析.....91
（1）凡客城品服装电商经营情况.....91
（2）凡客城品服装电商合作模式.....91

（3）凡客城品服装电商核心竞争力.....91
3.3.6 当当网服装电商经营分析.....92
（1）当当网服装电商经营情况.....92
（2）当当网服装电商合作模式.....92
（3）当当网服装电商核心竞争力.....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 服装电商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 服装电商内部结构和管理体系分析.....115
6.2.1 服装电商组织机构设计分析.....115
（1）服装电商人员配置分析.....115
（2）服装电商运营流程分析.....116
6.2.2 服装电商管理机制设计分析.....117
（1）服装电商激励机制分析.....117
（2）服装电商创新机制分析.....117
（3）服装电商竞争机制分析.....117
6.2.3 服装电商管理制度设计分析.....117
（1）服装电商采购管理制度分析.....117
（2）服装电商人员管理制度分析.....118
（3）服装电商薪酬管理制度分析.....118
（4）服装电商财务管理制度分析.....118
6.3 服装电商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 服装电商推广营销模式分析.....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：服装电商细分市场投资前景.....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：服装电商主要融资渠道分析.....216
8.1 服装电商融资环境分析.....216
8.1.1 服装电商银行融资环境分析.....216
8.1.2 服装电商证券融资环境分析.....217
8.2 服装电商主要融资模式分析.....220
8.2.1 服装电商债权融资模式分析.....220
（1）信用融资模式分析.....220
（2）金融租赁融资分析.....220
8.2.2 服装电商股权融资模式分析.....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 服装电商贸易融资模式分析.....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 服装电商其他融资模式分析.....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 服装电商创新融资模式分析.....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）企业主要经济指标.....233
（3）企业盈利能力分析.....233
（4）企业运营能力分析.....234
（5）企业偿债能力分析.....234
（6）企业发展能力分析.....235
（7）企业产品结构及品牌.....235
（8）企业销售渠道及网络.....236
（9）企业电商渠道建设情况.....237
（10）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）企业主要经济指标.....239
（3）企业盈利能力分析.....239
（4）企业运营能力分析.....240

（5）企业偿债能力分析.....240
（6）企业发展能力分析.....241
（7）企业产品结构及品牌.....241
（8）企业销售渠道及网络.....242
（9）企业电商渠道建设情况.....242
（10）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）企业产销能力分析.....243
（3）企业盈利能力分析.....243
（4）企业运营能力分析.....244
（5）企业偿债能力分析.....244
（6）企业发展能力分析.....245
（7）企业产品结构及品牌.....245
（8）企业销售渠道及网络.....245
（9）企业电商渠道建设情况.....246
（10）企业经营优劣势分析.....246
9.1.4 宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司.....246
（1）企业发展简况分析.....246
（2）企业产销能力分析.....247
（3）企业盈利能力分析.....247
（4）企业运营能力分析.....248
（5）企业偿债能力分析.....248
（6）企业发展能力分析.....249
（7）企业产品结构及品牌.....249
（8）企业销售渠道及网络.....249
（9）企业电商渠道建设情况.....249
（10）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）企业产销能力分析.....250
（3）企业盈利能力分析.....251
（4）企业运营能力分析.....251
（5）企业偿债能力分析.....252
（6）企业发展能力分析.....252
（7）企业产品结构及新产品动向.....253
（8）企业销售渠道及网络.....253
（9）企业电商渠道建设情况.....253
（10）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）企业产销能力分析.....255
（3）企业盈利能力分析.....255
（4）企业运营能力分析.....256
（5）企业偿债能力分析.....256
（6）企业发展能力分析.....257
（7）企业产品结构及品牌.....257
（8）企业销售渠道及网络.....257
（9）企业电商渠道建设情况.....258
（10）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）企业主要经济指标.....259
（3）企业盈利能力分析.....259
（4）企业运营能力分析.....260
（5）企业偿债能力分析.....260
（6）企业发展能力分析.....261
（7）企业产品结构及品牌.....262

（8）企业销售渠道及网络.....262
（9）企业电商渠道建设情况.....263
（10）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）企业主要经济指标.....265
（3）企业盈利能力分析.....265
（4）企业运营能力分析.....266
（5）企业偿债能力分析.....266
（6）企业发展能力分析.....267
（7）企业产品结构及品牌.....267
（8）企业销售渠道及网络.....268
（9）企业电商渠道建设情况.....268
（10）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）企业主要经济指标.....270
（3）企业盈利能力分析.....270
（4）企业运营能力分析.....271
（5）企业偿债能力分析.....271
（6）企业发展能力分析.....272
（7）企业产品结构及品牌.....272
（8）企业销售渠道及网络.....273
（9）企业电商渠道建设情况.....274
（10）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）企业主要经济指标.....275
（3）企业盈利能力分析.....275
（4）企业运营能力分析.....276
（5）企业偿债能力分析.....277
（6）企业发展能力分析.....277
（7）企业产品结构及品牌.....278
（8）企业销售渠道及网络.....278
（9）企业电商渠道建设情况.....279
（10）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）企业产销能力分析.....281
（3）企业盈利能力分析.....281
（4）企业运营能力分析.....282
（5）企业偿债能力分析.....282
（6）企业发展能力分析.....282
（7）企业产品结构及品牌.....283
（8）企业销售渠道及网络.....283
（9）企业电商渠道建设情况.....283
（10）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）企业主要经济指标.....284
（3）企业盈利能力分析.....285
（4）企业运营能力分析.....285
（5）企业偿债能力分析.....286
（6）企业发展能力分析.....286
（7）企业产品结构及品牌.....287
（8）企业销售渠道及网络.....287
（9）企业电商渠道建设情况.....288
（10）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）企业主要经济指标.....289
（3）企业盈利能力分析.....290
（4）企业运营能力分析.....290
（5）企业偿债能力分析.....291
（6）企业发展能力分析.....291
（7）企业产品结构及品牌.....292
（8）企业销售渠道及网络.....293
（9）企业电商渠道建设情况.....294
（10）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）企业主要经济指标.....295
（3）企业盈利能力分析.....296
（4）企业运营能力分析.....296
（5）企业偿债能力分析.....297
（6）企业发展能力分析.....297
（7）企业产品结构及品牌.....298
（8）企业销售渠道及网络.....298
（9）企业电商渠道建设情况.....299
（10）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）企业主要经济指标.....301
（3）企业盈利能力分析.....301
（4）企业运营能力分析.....302
（5）企业偿债能力分析.....302
（6）企业发展能力分析.....303
（7）企业产品结构及品牌.....303
（8）企业销售渠道及网络.....304
（9）企业电商渠道建设情况.....304
（10）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）企业产销能力分析.....306
（3）企业盈利能力分析.....307
（4）企业运营能力分析.....307
（5）企业偿债能力分析.....308
（6）企业发展能力分析.....308
（7）企业产品结构及品牌.....309
（8）企业销售渠道及网络.....309
（9）企业电商渠道建设情况.....309
（10）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）企业产销能力分析.....310
（3）企业盈利能力分析.....310
（4）企业运营能力分析.....311
（5）企业偿债能力分析.....311
（6）企业发展能力分析.....312
（7）企业产品结构及品牌.....312
（8）企业销售渠道及网络.....313
（9）企业电商渠道建设情况.....313
（10）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）企业产销能力分析.....314
（3）企业盈利能力分析.....314

（4）企业运营能力分析.....315
（5）企业偿债能力分析.....315
（6）企业发展能力分析.....316
（7）企业产品结构及品牌.....316
（8）企业销售渠道及网络.....316
（9）企业电商渠道建设情况.....317
（10）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）企业产销能力分析.....317
（3）企业盈利能力分析.....318
（4）企业运营能力分析.....318
（5）企业偿债能力分析.....319
（6）企业发展能力分析.....319
（7）企业产品结构及品牌.....320
（8）企业销售渠道及网络.....320
（9）企业电商渠道建设情况.....320
（10）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）企业主要经济指标.....322
（3）企业盈利能力分析.....322
（4）企业运营能力分析.....323
（5）企业偿债能力分析.....323
（6）企业发展能力分析.....324
（7）企业产品结构及品牌.....324
（8）企业销售渠道及网络.....324
（9）企业电商渠道建设情况.....325
（10）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）企业主要经济指标.....325
（3）企业盈利能力分析.....326
（4）企业运营能力分析.....326
（5）企业偿债能力分析.....327
（6）企业发展能力分析.....327
（7）企业产品结构及品牌.....328
（8）企业销售渠道及网络.....328
（9）企业电商渠道建设情况.....328
（10）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）企业主要经济指标.....329
（3）企业盈利能力分析.....330
（4）企业运营能力分析.....330
（5）企业偿债能力分析.....331
（6）企业发展能力分析.....331
（7）企业产品结构及品牌.....332
（8）企业销售渠道及网络.....332
（9）企业电商渠道建设情况.....332
（10）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）企业主要经济指标.....333
（3）企业盈利能力分析.....334
（4）企业运营能力分析.....334
（5）企业偿债能力分析.....335
（6）企业发展能力分析.....335

（7）企业产品结构及品牌.....336
（8）企业销售渠道及网络.....336
（9）企业电商渠道建设情况.....336
（10）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）企业主要经济指标.....337
（3）企业盈利能力分析.....338
（4）企业运营能力分析.....338
（5）企业偿债能力分析.....339
（6）企业发展能力分析.....339
（7）企业产品结构及品牌.....339
（8）企业销售渠道及网络.....340
（9）企业电商渠道建设情况.....340
（10）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 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）企业主要经济指标.....352
（3）企业盈利能力分析.....353
（4）企业运营能力分析.....353
（5）企业偿债能力分析.....354
（6）企业发展能力分析.....354
（7）企业产品结构及品牌.....355
（8）企业销售渠道及网络.....355
（9）企业电商渠道建设情况.....355
（10）企业经营优劣势分析.....356
9.5.2 堡狮龙国际集团有限公司.....356
（1）企业发展简况分析.....356
（2）企业主要经济指标.....357
（3）企业盈利能力分析.....357
（4）企业运营能力分析.....358
（5）企业偿债能力分析.....358
（6）企业发展能力分析.....359
（7）企业产品结构及品牌.....359
（8）企业销售渠道及网络.....359
（9）企业电商渠道建设情况.....360
（10）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）企业产销能力分析.....361
（3）企业盈利能力分析.....362
（4）企业运营能力分析.....362
（5）企业偿债能力分析.....363
（6）企业发展能力分析.....363
（7）企业产品结构及品牌.....364
（8）企业销售渠道及网络.....364
（9）企业电商渠道建设情况.....365
（10）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）企业产销能力分析.....366
（3）企业盈利能力分析.....366
（4）企业运营能力分析.....367
（5）企业偿债能力分析.....367
（6）企业发展能力分析.....368
（7）企业产品结构及品牌.....368
（8）企业销售渠道及网络.....368

（9）企业电商渠道建设情况.....369
（10）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）企业产销能力分析.....370
（3）企业盈利能力分析.....370
（4）企业运营能力分析.....371
（5）企业偿债能力分析.....371
（6）企业发展能力分析.....371
（7）企业产品结构及品牌.....372
（8）企业销售渠道及网络.....372
（9）企业电商渠道建设情况.....372
（10）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）企业产销能力分析.....374
（3）企业盈利能力分析.....374
（4）企业运营能力分析.....375
（5）企业偿债能力分析.....375
（6）企业发展能力分析.....375
（7）企业产品结构及品牌.....376
（8）企业销售渠道及网络.....376
（9）企业电商渠道建设情况.....376
（10）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）企业产销能力分析.....377
（3）企业盈利能力分析.....378
（4）企业运营能力分析.....378
（5）企业偿债能力分析.....379
（6）企业发展能力分析.....379
（7）企业产品结构及品牌.....380
（8）企业销售渠道及网络.....380
（9）企业电商渠道建设情况.....380
（10）企业经营优劣势分析.....380
9.7 网络品牌服装电商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）企业主要业务分析.....381
（3）企业产品领域分析.....381
（4）企业渠道分布情况.....381
（5）企业整体经营情况.....382
（6）企业盈利情况分析.....383
（7）企业服装电商运作模式.....387
（8）企业服装电商战略分析.....387
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）企业主要业务分析.....388
（3）企业产品领域分析.....388
（4）企业渠道分布情况.....388
（5）企业整体经营情况.....389
（6）企业服装电商运作模式.....389
（7）企业服装电商战略分析.....390
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）企业主要业务分析.....391
（3）企业产品领域分析.....391
（4）企业整体经营情况.....391
（5）企业服装电商运作模式.....392

（6）企业服装电商战略分析.....392
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）企业主要业务分析.....393
（3）企业产品领域分析.....393
（4）企业整体经营情况.....393
（5）企业服装电商运作模式.....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）企业主要业务分析.....394
（3）企业产品领域分析.....394
（4）企业渠道分布情况.....394
（5）企业整体经营情况.....394
（6）企业服装电商战略分析.....394
第10章：服装电商发展趋势与投资建议.....396
10.1 服装电商发展趋势分析.....396
10.1.1 服装电商模式衍变趋势.....396
10.1.2 服装电商外包趋势分析.....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 服装电商市场规模与前景预测.....402
10.3.1 服装电商消费人数预测.....402
10.3.2 服装电商市场规模预测.....403
10.3.3 服装电商竞争前景预测.....403
10.4 服装电商投资风险分析.....404
10.4.1 服装电商市场风险分析.....404
10.4.2 服装电商竞争风险分析.....404
10.4.3 服装电商资金风险分析.....404
10.4.4 服装电商成本风险分析.....405
10.4.5 服装电商管理风险分析.....405
10.4.6 服装电商技术风险分析.....405
10.5 服装电商相关投资建议.....405
10.5.1 服装电商投资准备建议.....405
10.5.2 服装电商投资战略建议.....406
10.5.3 服装电商投资模式借鉴.....406
10.5.4 服装电商运营模式建议.....407
10.5.5 服装电商风险规避建议.....408

图表目录

图表1：近年来我国纺织服装行业相关政策法规.....30
图表2：电子商务行业相关政策汇总与解读.....31
图表3：电子商务行业支付与快递环节相关政策法规.....33
图表4：电子商务和信息化司的主要职能.....34
图表5：中国电子商务行业“十四五”规划发展重点.....35
图表6：我国服装行业的生命周期阶段.....36
图表7：2020-2025年我国服装行业销售额及同比增速（单位：亿元，%）.....36
图表8：2020-2025年服装行业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）.....37
图表9：2020-2025年中国服装行业盈利能力分析（单位：%）.....38
图表10：我国服装及衣着附件月度出口金额及同比增速（单位：万美元，%）.....39
图表11：我国服装及衣着附件累计出口金额及同比增速（单位：万美元，%）.....39
图表12：销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）.....40
图表13：2020-2025年中国服装行业不同性质企业竞争格局（按销售收入）（单位：%）.....40

图表14：国际服装知名品牌.....41
图表15：国际女装知名品牌.....42
图表16：国际男装知名品牌.....42
图表17：截至2025年国际快时尚品牌中国市场拓展情况（单位：家）.....43
图表18：国际快时尚品牌最多入驻门店前十城市（单位：家）.....44
图表19：我国服装行业销售渠道发展阶段.....45
图表20：我国服装行业的主要销售渠道.....46
图表21：2020-2025年我国服装行业渠道结构（单位：%）.....48
图表22：中美两国服装市场渠道结构比较（单位：%）.....49
图表23：我国主要女装品牌的渠道模式.....49
图表24：我国女装企业多采用多品牌战略.....50
图表25：2020-2025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26：2020-2025年中国电子商务B2B交易规模及预测（单位：万亿元，%）.....53
图表27：2020-2025年中国网购市场交易规模及预测（单位：亿元，%）.....54
图表28：2020-2025年中国网络团购市场交易额（单位：亿元）.....54
图表29：2020-2025年中国电子商务直接从业人员规模及预测（单位：万人）.....55
图表30：2020-2025年中国电子商务带动从业人员规模（单位：万人）.....56
图表31：我国电子商务行业发展趋势.....56
图表32：2026-2031年中国电子商务市场交易额预测（单位：万亿元）.....58
图表33：2020-2025年电子商务相关专利申请数量变化图（单位：项）.....62
图表34：美国B2C电子商务网站100强中服饰销售占比（单位：%）.....64
图表35：服装网购消费群的年龄（左）与价格区间（右）分布.....65
图表36：我国服装行业电子商务发展阶段的划分.....66
图表37：2020-2025年中国服装网购市场规模及同比增速（单位：亿元，%）.....68
图表38：2020-2025年中国服装网购市场规模在整个网购中的比例（单位：%）.....69
图表39：我国服装电子商务即将进入成熟期.....76
图表40：2026-2031年中国服装网购市场规模预测图（单位：亿元，%）.....76
图表41：2026-2031年我国服装网购市场规模在服装行业销售收入中的比例（单位：%）.....77
图表42：中国电子商务B2B企业市场份额（单位：%）.....79
图表43：B2C平台网络购物市场份额（单位：%）.....79
图表44：国内三大B2B电商开放平台服务对比.....80
图表45：国内三大B2B电商开放平台资源对比.....82
图表46：国内四大B2C电商开放平台准入门槛对比.....83
图表47：国内四大B2C电商开放平台规模对比.....83
图表48：国内四大B2C电商开放平台账期对比.....83
图表49：国内四大B2C电商开放平台资费对比.....84
图表50：国内四大B2C电商开放平台扣点率对比.....84
图表51：借助第三方平台模式发展优势.....93
图表52：借助第三方平台模式发展劣势.....93
图表53：自主品牌电商化的优势.....99
图表54：自主品牌电商化的劣势.....99
图表55：国内典型电子商务外包企业及服务客户.....103
图表56：xx服装企业电商人员编制情况.....115
图表57：xx服装企业电商人员配置明细（单位：人）.....116
图表58：xx服装企业电商业务流程图.....116
图表59：电子商务自建物流配送流程示意图.....119
图表60：自营物流模式优劣势分析.....119
图表61：电子商务第三方物流流程示意图.....120
图表62：第三方物流模式优劣势分析.....120
图表63：第四方物流模式图.....121
图表64：第四方物流模式优劣势分析.....121
图表65：电子商务物流联盟配送流程示意图.....122
图表66：物流联盟模式优劣势分析.....123
图表67：物流一体化模式优劣势分析.....123
图表68：“O-S-O”模式优劣势分析.....124
图表69：电商物流运输配送成本控制策略.....128
图表70：先进先出方式分析.....131
图表71：搜索引擎营销结构模式.....133
图表72：搜索引擎的营销投资收益情况.....134

图表73：论坛营销结构分析.....136
图表74：论坛营销步骤.....136
图表75：三星论坛营销成功原因分析.....139
图表76：2020-2025年我国博客/个人空间网民数及使用率（单位：万人，%）.....140
图表77：微博营销结构.....142
图表78：2020-2025年微博用户规模及使用率（单位：万人，%）.....143
图表79：视频营销策略分析.....145
图表80：2020-2025年网络视频用户规模及使用率（单位：万人，%）.....146
图表81：问答营销结构分析.....149
图表82：新闻营销结构分析.....152
图表83：2020-2025年我国女装行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%）.....155
图表84：我国女装市场容量及高端女装市场容量占比（单位：%）.....155
图表85：我国女装行业的生命周期阶段.....156
图表86：我国女装品牌的发展历程.....157
图表87：我国领先高端女装品牌创立时间.....157
图表88：我国高端女装行业发展特点.....157
图表89：2020-2025年我国女装行业毛利率和销售利润率走势（单位：%）.....158
图表90：2020-2025年我国主要女装品牌的毛利率走势（单位：%）.....159
图表91：2020-2025年我国主要女装品牌的存货周转率（单位：次）.....160
图表92：2020-2025年我国女装主要品牌存货余额（单位：万元）.....160
图表93：2020-2025年高端女装市场排名前十的品牌集中度（单位：%）.....161
图表94：我国女装主要竞争品牌情况.....161
图表95：我国主要女装品牌的渠道模式.....162
图表96：末朗姿股份门店数量（单位：个）.....163
图表97：我国女装企业多采用多品牌战略.....164
图表98：国内领先高端女装品牌规模与品牌数量对比图.....164
图表99：女装重点企业电商渠道开拓模式.....165
图表100：女装企业电商投资前景影响因素.....165
图表101：2020-2025年我国男装市场零售规模及预测（单位：十亿元）.....166
图表102：2020-2025年我国主要男装品牌订货会情况（单位：%）.....167
图表103：我国男装行业的生命周期阶段.....167
图表104：男装各定位对应价格范围（单位：元）.....169
图表105：2020-2025年国内市场各价格级别男装零售规模（单位：十亿元）.....169
图表106：2020-2025年各价格级别男装零售收益复合年增长率（单位：%）.....169
图表107：2020-2025年我国男装主要品牌毛利率水平（单位：%）.....170
图表108：2020-2025年我国男装主要品牌销售利润率水平（单位：%）.....171
图表109：2020-2025年我国主要男装品牌存货周转率走势（单位：次）.....171
图表110：末我国男装主要品牌存货余额（单位：亿元）.....172
图表111：2020-2025年我国男装主要品牌存货余额同比增速（单位：%）.....172
图表112：男装行业主要细分市场集中度（单位：%）.....173
图表113：国内男装行业竞争相对缓和.....174
图表114：国内外定位中高端产品的男装品牌竞争对比.....174
图表115：男装重点企业电商渠道开拓模式.....176
图表116：男装企业电商投资前景影响因素.....176
图表117：2020-2025年我国童装市场规模（单位：亿元）.....177
图表118：我国童装行业的生命周期阶段.....178
图表119：我国童装行业品牌市场份额（单位：%）.....179
图表120：2020-2025年森马童装服饰毛利率走势（单位：%）.....179

……略

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

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！