

# 2012-2016年中国服装电子 商务行业市场分析与行业调查报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

## 报告报价

《2012-2016年中国服装电子商务行业市场分析与行业调查报告》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.bosidata.com/chuanmei1201/15719848RC.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-01-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国服装电子商务行业市场分析与行业调查报告》共十三章。首先介绍了中国服装电子商务行业发展环境、中国服装电子商务整体运行态势等，接着分析了中国服装电子商务行业市场运行的现状，然后介绍了中国服装电子商务市场竞争格局。随后，报告对中国服装电子商务做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国服装电子商务行业发展趋势与投资预测。您若想对服装电子商务产业有个系统的了解或者想投资服装电子商务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国服装电子商务行业市场分析与行业调查报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

经过多年的发展，中国服装业开始迎来市场细分时代，服装电子商务领域虽然只有几年的成长历史，却也紧跟其后开始展露行业细分苗头，每一个细分出来的市场都蕴含着巨大的潜力和利润空间。

## 第一章 中国网络购物产业整体运行态势分析

### 第一节 2011年中国网络购物动行动态分析

- 一、小长假网络购物日均消费情况
- 二、金融危机为网络购物发展带来机遇
- 三、国外知名厂商开始涉足中国网络购物市场
- 四、个性创意年货走俏网络购物

### 第二节 2011年中国网络购物市场分析

- 一、网络购物市场规模
- 二、网络购物占社会消费品零售总额比重
- 三、交易额规模结构
- 四、交易额各地区分布状况
- 五、中国网络购物发展挑战传统零售业

### 第三节 2011年中国网络购物发展的问题及对策

- 一、中国网络购物市场尚缺信用保障

## 二、中国网络购物市场“堵漏”需要多管齐下

### 第二章 中国服装电子商务市场运行环境分析

#### 第一节 国内服装电子商务经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
  - 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
  - 三、2012年中国服装电子商务经济发展预测分析
- #### 第二节 中国服装电子商务行业政策环境分析

### 第三章 中国服装电子商务产业运行形势分析

#### 第一节 2011年中国服装电子商务产业现状综述

- 一、经济低迷难改服装电子商务强劲势头
- 二、影响网络购物用户购买服装商品的首要因素

#### 第二节 2011年中国服装电子商务产业市场动态分析

- 一、中国服装网络购物增长速度
- 二、中国服装网络购物市场交易规模

#### 第三节 2011年中国服装电子商务热点聚焦

- 一、VANCL屡获殊荣
- 二、M18发展线下店
- 三、CPS广告模式受追捧
- 四、传统服装品牌进军电子商务
- 五、服装网购市场交易额几近翻番
- 六、淘宝网、VANCL占据半壁江山
- 七、服装B2C引领“快时代”来临

### 第四章 中国服装电子商务主要产品运行态势分析

#### 第一节 男装

- 一、中国男装网络购物市场现状及分类分析
- 二、男装网络销售市场品牌占有情况
- 三、网上流行男装款式及销售情况
- 四、网上男装价位分析
- 五、男装市场前景分析

## 第二节 女装

一、中国女装网络购物市场现状及分类分析

二、女装网络销售市场品牌占有情况

三、网上流行女装款式及销售情况

四、网上女装价位分析

五、女装市场前景分析

## 第三节 孕妇装

一、孕妇装市场回顾

二、2011年孕妇装主要款式分析

三、孕妇装主要品牌分析

## 第四节 童装

一、童装销售平台运作方式

二、童装设计分析

三、童装电子商务主要品牌分析

四、童装市场前景分析

## 第五节 鞋

一、中国鞋业网络购物市场现状及分类分析

二、鞋业网络销售市场品牌占有情况

三、网上流行鞋款式及销售情况

四、网上鞋价位分析

五、鞋市场前景分析

## 第五章 中国服装电子商务的商业模式分析

### 第一节 2011年中国服装电子商务产业链的变革

一、传统服装产业链条

二、服装电子商务的立体化、多渠道产业链

三、中国服务电子商务行业整合

### 第二节 2011年中国服装电子商务各平台模式分析

一、服装电子商务b2b模式分析

二、服装电子商务b2c模式分析

三、服装电子商务c2c模式分析

### 第三节 2011年中国服装电子商务多渠道模式解析

一、&ldquo;电子商务+目录&rdquo;销售

二、&ldquo;目录+网站+实体店&rdquo;

#### 第四节 2011年中国社区互动网站面临盈利难题

一、社区互动网站分类

二、&ldquo;广告&rdquo;和&ldquo;电子商务&rdquo;并行

三、优势点评

### 第六章 中国服装电子商务网站的网络营销专题分析

#### 第一节 2011年中国服装电子商务的网络营销方式分析

一、电子商务网站网络营销渠道

二、服装电子商务网站的几种主要营销方式比较

#### 第二节 2011年中国服装网购用户的媒体接触行为分析

#### 第三节 2011年中国服装网站的评判指标

一、运营商关注：基于用户购买角度的指标评价

二、投资商关注：基于网站综合竞争力的指标体系

#### 第四节 2011年中国服装网站运营商在网站运营中的难点分析

#### 第五节 2011年中国服装网站用户获取与维系专题探析

一、服装网络购物潜在用户分析

二、用户心理价格定位

三、服装网购用户的再次购买

### 第七章 中国服装网络购物用户市场调查分析

#### 第一节 2011年中国服装网络购物用户属性分析

一、中国服装网络购物用户分布

二、中国服装网络购物用户月收入分布

三、中国服装网络购物用户累计购买次数

四、服装网络购物用户服装网购的总花销

五、网络购物用户进行网上购物的场所

#### 第二节 2011年中国服装网络购物用户购买行为分析

一、用户购买次数最多的服装种类

二、用户购买金额最高的服装种类

三、用户最常进行购买的女装网站

四、促使网络购物用户购买服装商品的主要因素

五、服装网络购物用户认为服装网购的缺点

六、服装产品最终吸引服装网购用户购买的因素

七、服装网络购物用户的服装品牌认知

八、服装网络购物用户的服装消费行为预期

第三节 20-30岁工薪阶层服装消费调查

一、服装网购心里价位分析

二、服装网购偏好分析

三、服装网购品牌认知分析

第四节 30-45岁年龄段服装消费调查

一、服装网购心里价位分析

二、服装网购偏好分析

三、服装网购品牌认知分析

第八章 中国服装电子商务行业市场竞争格局分析

第一节 2011年中国服装电子商务竞争现状分析

一、服装电子商务竞争加剧

二、PPG的电子商务与传统服装企业的竞争

三、服装电子商务竞争程度分析

四、电子商务服装品牌竞争成直销业重心

第二节 2011年中国服装电子商务行业波特五力竞争模式分析

一、直接竞争者

二、新进入竞争者

三、替代品竞争者

四、供应商

五、购买者

第三节 2012-2016年中国服装电子商务行业竞争趋势分析

第九章 中国服装电子商务知名网站竞争力分析——C2C类型

第一节 淘宝

一、企业基本概况

二、企业竞争优势分析

### 三、企业主要经营范围分析

#### 第二节 易趣

##### 一、企业基本概况

##### 二、企业竞争优势分析

##### 三、企业主要经营范围分析

#### 第三节 拍拍

##### 一、企业基本概况

##### 二、企业竞争优势分析

##### 三、企业主要经营范围分析

## 第十章 中国服装电子商务知名网站竞争力分析——B2C类型

### 第一节 PPG

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、企业主要经营范围分析

### 第二节 Vancl (凡客)

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、企业主要经营范围分析

### 第三节 时尚起义

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、企业主要经营范围分析

### 第四节 逛街网

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、企业主要经营范围分析

### 第五节 走秀网

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、企业主要经营范围分析

### 第六节 BONO



- 一、企业基本概况
- 二、企业竞争优势分析
- 三、企业主要经营范围分析

#### 第七节 当当

- 一、企业基本概况
- 二、企业竞争优势分析
- 三、企业主要经营范围分析

#### 第八节 麦网

- 一、企业基本概况
- 二、企业竞争优势分析
- 三、企业主要经营范围分析

### 第十一章 中国服装包装设计产业运行态势分析

#### 第一节 2011年中国服装包装设计产业现状分析

- 一、内衣包装设计分析
- 二、鞋包装设计风格分析
- 三、包装的美丽所在

#### 第二节 2011年中国服装包装产业市场分析

- 一、服装包装袋市场分析
- 二、服装品牌包装内容及存在问题
- 三、国内服装品牌包装策略

#### 第三节 2012-2016年中国服装包装设计产业发展趋势分析

### 第十二章 2012-2016年中国服装电子商务产业发展趋势预测分析

#### 第一节 2012-2016年中国服装电子商务产业前景展望分析

- 一、国际大势所趋
- 二、用户需求是指挥棒
- 三、跑马圈地时代谁能赢

#### 第二节 2012-2016年中国服装电子商务产业市场预测分析

- 一、c2c市场乱战，百度淘宝殊途同归
- 二、b2c市场期待精耕细作，个性、特色、小众群体成发展趋势
- 三、b2b、b2c、c2c模式之间界限模糊、呈融合趋势

四、行业基础平台搭建、搜索购物引擎网站、返点类网站

五、社区营销、口碑营销渐成趋势

六、精选的服饰设计师代替全面的服装批发市场

七、个性化和新技术提升消费者忠诚度

第三节 2012-2016年中国服装电子商务产业市场盈利预测分析

第十三章 2012-2016年中国服装电子商务产业投资战略分析

第一节 2012-2016年中国服装电子商务产业投资环境分析

一、由“量变”转向“质变”;

二、从“生产核心”到“运营核心”;

第二节 2012-2016年中国服装电子商务产业投资机会分析

第三节 2012-2016年中国服装电子商务产业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、技术风险分析

三、电子支付风险分析

四、政策性风险分析

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：男性和女性网络购物网民的购物平均金额和总金额

图表：学生与非学生网民的人均网购金额和总金额

图表：网络购物用户进行网上购物的场所

图表：女性用户购买次数最多的服装种类

图表：男性用户购买次数最多的服装种类

图表：用户购买金额最高的服装种类

图表：网民对购物网站核心功能的评价

图表：促使网络购物用户购买服装商品的主要因素

图表：服装网络购物用户认为服装网购的缺点

图表：服装产品最终吸引服装网购用户购买的因素

图表：不同性别网民中认知度和购买频率最高的十大品牌

图表：同一年龄段学生与非学生的女性群体的消费偏好

图表：不同年龄段已婚有孩子的女性消费群体的品牌偏好

图表：2007-2011年中国服装网络购物用户规模

图表：服装网络购物用户的服装消费行为预期

图表：20-30岁工薪阶层服装网购衬衫心里价位

图表：20-30岁工薪阶层服装网购T恤心里价位

图表：20-30岁工薪阶层服装网购外套心里价位

图表：20-30岁工薪阶层服装网购西装（正装）心里价位

图表：20-30岁工薪阶层服装网购裤子（裙子）心里价位

图表：20-30岁工薪阶层服装网购鞋子心里价位

图表：20-30岁工薪阶层服装网购款式偏好

图表：20-30岁工薪阶层服装网购品牌认知

图表：30-45岁年龄段服装网购衬衫心里价位

图表：30-45岁年龄段服装网购T恤心里价位

图表：30-45岁年龄段服装网购外套心里价位调查

图表：30-45岁年龄段服装网购西装（正装）心里价位

图表：30-45岁年龄段服装网购裤子（裙子）心里价位

图表：30-45岁年龄段服装网购鞋子心里价位

图表：30-45岁年龄段服装网购款式偏好调查

图表：30-45岁年龄段服装网购品牌认知调查

图表：当当网发展历程一览表

图表：知名品牌包装袋外观图

图表：知名品牌包装袋外观图

图表：知名品牌包装袋外观图

图表：prada包装袋外观图

图表：prada包装袋外观图

图表：prada包装袋外观图

图表：Yves Saint Laurent包装袋外观图  
图表：Yves Saint Laurent包装袋外观图  
图表：Hermes包装袋外观图  
图表：Hermes包装袋外观图  
图表：Gucci包装袋外观图  
图表：vivienne westwood包装袋外观图  
图表：vivienne westwood包装袋外观图  
图表：vivienne westwood包装袋外观图  
图表：Burberry包装袋外观图  
图表：Burberry包装袋外观图  
图表：Burberry包装袋外观图  
图表：LV包装袋外观图  
图表：LV包装袋外观图  
图表：LV包装袋外观图  
图表：Fendi包装袋外观图  
图表：Christine Dior包装袋外观图  
图表：Christine Dior包装袋外观图  
图表：Christine Dior包装袋外观图  
图表：Abercrombie&Fitch包装袋外观图  
图表：Abercrombie&Fitch包装袋外观图  
图表：Abercrombie&Fitch包装袋外观图  
图表：Anna Sui包装袋外观调查图  
图表：Anna Sui包装袋外观调查图  
图表：Anna Sui包装袋外观调查图  
图表：a/x包装袋外观调查图  
图表：a/x包装袋外观调查图  
图表：a/x包装袋外观调查图  
图表：victorias secrets包装袋外观图  
图表：victorias secrets包装袋外观图  
图表：victorias secrets包装袋外观图  
图表：知名品牌包装袋外观调查图  
图表：知名品牌包装袋外观调查图

图表：知名品牌包装袋外观调查图

图表：知名品牌包装袋外观调查图

图表：知名品牌包装袋外观调查图

图表：知名品牌包装袋外观调查图

图表：知名品牌包装袋外观调查图

图表：B2C电子商务网站发展及运营七大要素示意图

图表：略&hellip;&hellip;

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1201/15719848RC.html>