



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国服装零售市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国服装零售市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/285612.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

中国的服装零售行业经过20多年的大步发展，整个服装零售市场已经翻天覆地的发生变化，无论是主流消费群体的改变，还是传统的零售模式的改变，都使中国服装零售业的发展呈现出新的特点。

百货商场竞争优势下降。由于历史原因，百货商场一直是中国服装零售的主要市场，长期以来作为品牌消费渠道有良好的消费基础，是高端服装销售首选的场所。目前中国一部分百货公司的服装零售模式是，把卖场的位置出租给服装厂家或个体经营者，由服装厂家或个体经营者来进行服装销售，百货公司只收取一定金额的费用或租金。这样的做法使百货公司由商家的角色变成了物业管理者，虽然经营的风险大大降低了，但百货公司也丧失了获得更多利润的机会。同时，由于这种服装零售模式，使中国的百货商场普遍存在着服装商品雷同，经营缺乏特色的弊端。在这种情况下，百货商场在与近年来新发展起来的购物中心、大型专卖店等购物场所的竞争中，优势在不断下降。

SPA 模式的自有品牌连锁店快速发展。在中国，服装零售企业将这种以快速反应著称的。SPA模式注入到传统的欧洲旗舰店概念中，形成了具有中国特色的自有品牌连锁店的服装零售模式。中国有很多服装品牌都采取了这种服装零售模式，这些SPA模式的自有品牌连锁店的商品种类非常齐全，涵盖了男装、女装、童装等各类产品，产品更新速度快，产品定位时尚，受到年轻消费者的欢迎。

网络销售规模扩大，多品牌买手店铺数量增多。中国的服装电子商务已经趋向稳定发展，主要分为服装企业网上店铺、零售企业网上店铺。服装企业除了直接创办网上店铺外，还会在知名网站上开设网络旗舰店。此外，由于中国的消费者在对服装的需求上越来越追求时尚、品质、特色，多品牌买手店铺受到了认可和欢迎。 2015 年服装鞋帽、针、纺织品类社会消费品零售总额 2006-2015年中国居民服装消费价格指数（单位：%） 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 中国服装零售行业经营背景与现状分析

1.1 中国服装零售行业定义

- 1.1.1 服装零售行业的定义
- 1.1.2 本报告主要研究主体确定
- 1.1.3 本报告相关数据来源说明
- 1.2 中国服装零售行业经营环境分析
 - 1.2.1 中国国民经济发展水平分析
 - 1.2.2 中国城镇居民消费水平分析
 - 1.2.3 中国商业物业租金水平分析
 - 1.2.4 中国劳动力成本增长态势分析
- 1.3 中国服装零售行业发展现状分析
 - 1.3.1 中国服装零售行业发展现状
 - 1.3.2 中国服装零售行业发展特点
 - 1.3.3 中国服装零售行业存在问题

第2章 中国服装零售行业市场规模与需求分析

- 2.1 中国服装零售行业市场规模分析
 - 2.1.1 中国服装零售行业销售规模分析
 - 2.1.2 中国服装零售行业利润总额分析
 - 2.1.3 中国服装零售行业从业人员规模分析
 - 2.1.4 中国服装零售行业企业数量规模分析
- 2.2 中国服装零售行业市场增长速度分析
 - 2.2.1 中国服装零售行业市场增长速度分析
 - 2.2.2 中国服装零售行业零售生命周期分析
- 2.3 中国服装零售市场的SCP范式分析
 - 2.3.1 中国服装零售行业市场结构分析
 - 2.3.2 中国服装零售行业市场的集中度
 - 2.3.3 中国服装零售行业企业行为分析
 - 2.3.4 中国服装零售行业企业经营绩效
- 2.4 中国服装零售行业市场供给分析
 - 2.4.1 中国服装零售行业厂商集中度分析
 - 2.4.2 中国服装零售行业国际品牌竞争分析
 - 2.4.3 中国服装零售行业的成本结构分析
 - 2.4.4 中国服装行业的产能利用率分析

- 2.4.5 中国服装行业的供给曲线分析
- 2.5 中国服装零售行业市场需求分析
 - 2.5.1 中国服装零售行业需求特征分析
 - 2.5.2 中国服装零售行业购买潜力分析
 - 2.5.3 中国服装零售行业市场需求分析

第3章 中国服装零售行业竞争热点与趋势分析

- 3.1 中国服装零售行业竞争强度分析
 - 3.1.1 现有服装企业间的竞争分析
 - 3.1.2 行业上游供应商议价能力分析
 - 3.1.3 行业下游购买者议价能力分析
 - 3.1.4 未来潜在新进入者的威胁分析
 - 3.1.5 行业其他替代品的威胁分析
- 3.2 中国服装零售行业竞争现状分析
 - 3.2.1 中国服装零售品牌竞争地位分析
 - 3.2.2 中国服装零售行业竞争态势分析
 - 3.2.3 中国服装零售行业竞争层次分析
 - 3.2.4 中国服装零售行业竞争热点分析
- 3.3 中国服装零售行业竞争格局分析
 - 3.3.1 中国服装零售行业竞争区域分布
 - 3.3.2 中国服装零售行业竞争企业性质分布
 - 3.3.3 中国服装零售行业不同价格区间竞争分析
 - 3.3.4 中国服装零售行业竞争企业区域市场分布
- 3.4 中国服装零售行业市场竞争格局预测
 - 3.4.1 中国服装产量分布格局预测
 - 3.4.2 中国服装销售量分布格局预测
 - 3.4.3 中国服装零售品牌竞争格局预测

第4章 中国服装零售行业库存管理与物流配送

- 4.1 中国服装零售行业库存规模分析
 - 4.1.1 中国服装零售行业库存规模分析
 - 4.1.2 中国服装零售行业库存周转率分析

4.2 中国服装零售行业库存管理策略

4.2.1 中国服装企业库存产生原因分析

4.2.2 中国服装零售行业库存现状分析

4.2.3 库存管理在服装零售业中的重要性

4.2.4 中国服装零售行业库存管理策略

4.2.5 中国服装零售行业库存管理案例

4.3 中国服装零售行业供应配送服务分析

4.3.1 服装零售行业供应配送服务特点

(1) 配送管理对象的多样性

(2) 服装零售配送的快速反应性

(3) 服装配送计划的重要性

(4) 服装配送网络的复杂性

(5) 服装配送系统对信息化的依赖

(6) 配送设施的高要求性

4.3.2 服装零售行业供应配送模式分析

(1) 企业自营配送模式分析

(2) 第三方物流企业配送模式分析

(3) 共同配送模式分析

4.4 中国服装零售企业配送中心选址分析

4.4.1 服装零售企业物流类型及其特征分析

4.4.2 服装零售企业物流配送中心选址意义

4.5 中国服装零售企业配送中心选址影响因素

4.5.1 企业竞争战略选择的影响

(1) 成本战略影响因素分析

(2) 供应链战略影响因素分析

(3) 区域发展战略影响因素分析

(4) 营销渠道战略影响因素分析

4.5.2 宏观经济层面的影响因素

(1) 税收减让影响因素分析

(2) 政策法规和城市发展规划

(3) 需求风险产生的影响分析

4.5.3 对顾客需求的响应时间

- (1)库存成本的考虑因素
- (2)运输成本的考虑因素
- (3)配送中心的设施成本的考虑因素
- (4)总物流成本的考虑因素
- 4.5.4 基础设施的影响分析
- 4.6 中国服装零售企业配送中心选址的建议
- 4.6.1 服装企业物流配送系统总成本构成
- 4.6.2 服装企业物流配送中心选址成本优化
- 4.6.3 服装企业物流配送中心的选址建议

第5章 中国服装零售行业子产品市场投资机会分析

- 5.1 女装零售市场投资机会分析
- 5.1.1 女装市场规模与扩容趋势分析
- 5.1.2 女装品牌市场份额与定位分析
- 5.1.3 女装品牌经典策划案例分析
- 5.1.4 女装网购市场竞争态势分析
- (1)女装网购市场销售规模分析
- (2)传统女装品牌线上扩张策略分析
- (3)女装淘品牌竞争策略与影响力分析
- 5.1.5 女装市场未来投资价值点与发展趋势
- 5.2 男装零售市场投资机会分析
- 5.2.1 男装市场规模与扩容趋势分析
- 5.2.2 男装品牌市场份额与定位分析
- 5.2.3 男装品牌经典策划案例分析
- 5.2.4 男装网购市场竞争态势分析
- (1)男装网购市场销售规模分析
- (2)传统男装品牌线上扩张策略分析
- (3)男装淘品牌竞争策略与影响力分析
- 5.2.5 男装市场未来投资价值点与发展趋势
- 5.3 童装零售市场投资机会分析
- 5.3.1 童装市场规模与扩容趋势分析
- 5.3.2 童装品牌市场份额与定位分析

5.3.3 童装品牌经典策划案例分析

5.3.4 童装网购市场竞争态势分析

(1) 童装网购市场销售规模分析

(2) 传统童装品牌线上扩张策略分析

(3) 童装淘品牌竞争策略与影响力分析

5.3.5 童装市场未来投资价值点与发展趋势

5.4 休闲服零售市场投资机会分析

5.4.1 休闲服市场规模与扩容趋势分析

5.4.2 休闲服品牌市场份额与定位分析

5.4.3 休闲服品牌经典策划案例分析

5.4.4 休闲服网购市场竞争态势分析

(1) 休闲服网购市场销售规模分析

(2) 传统休闲服品牌线上扩张策略分析

(3) 休闲服淘品牌竞争策略与影响力分析

5.4.5 休闲服市场未来投资价值点与发展趋势

5.5 体育服装零售市场投资机会分析

5.5.1 体育服装市场规模与扩容趋势分析

5.5.2 体育服装品牌市场份额与定位分析

5.5.3 体育服装品牌经典策划案例分析

5.5.4 体育服装网购市场竞争态势分析

(1) 体育服装网购市场销售规模分析

(2) 传统体育服装品牌线上扩张策略分析

(3) 体育服装淘品牌竞争策略与影响力分析

5.5.5 体育服装市场未来投资价值点与发展趋势

第6章 中国服装零售行业区域市场投资前景分析

6.1 北京市服装零售行业投资前景分析

6.1.1 北京市服装消费环境与需求分析

6.1.2 北京市服装零售规模与市场分析

6.1.3 北京市服装零售业业态格局分布

6.1.4 北京市服装零售业竞争态势分析

6.1.5 北京市服装零售行业的投资前景

6.2 上海市服装零售行业投资前景分析

6.2.1 上海市服装消费环境与需求分析

6.2.2 上海市服装零售规模与市场分析

6.2.3 上海市服装零售业业态格局分布

6.2.4 上海市服装零售业竞争态势分析

6.2.5 上海市服装零售行业的投资前景

6.3 广州市服装零售行业投资前景分析

6.3.1 广州市服装消费环境与需求分析

6.3.2 广州市服装零售规模与市场分析

6.3.3 广州市服装零售业业态格局分布

6.3.4 广州市服装零售业竞争态势分析

6.3.5 广州市服装零售行业的投资前景

6.4 深圳市服装零售行业投资前景分析

6.4.1 深圳市服装消费环境与需求分析

6.4.2 深圳市服装零售规模与市场分析

6.4.3 深圳市服装零售业业态格局分布

6.4.4 深圳市服装零售业竞争态势分析

6.4.5 深圳市服装零售行业的投资前景

6.5 杭州市服装零售行业投资前景分析

6.5.1 杭州市服装消费环境与需求分析

6.5.2 杭州市服装零售规模与市场分析

6.5.3 杭州市服装零售业业态格局分布

6.5.4 杭州市服装零售业竞争态势分析

6.5.5 杭州市服装零售行业的投资前景

6.6 成都市服装零售行业投资前景分析

6.6.1 成都市服装消费环境与需求分析

6.6.2 成都市服装零售规模与市场分析

6.6.3 成都市服装零售业业态格局分布

6.6.4 成都市服装零售业竞争态势分析

6.6.5 成都市服装零售行业的投资前景

6.7 重庆市服装零售行业投资前景分析

6.7.1 重庆市服装消费环境与需求分析

- 6.7.2 重庆市服装零售规模与市场分析
- 6.7.3 重庆市服装零售业业态格局分布
- 6.7.4 重庆市服装零售业竞争态势分析
- 6.7.5 重庆市服装零售行业的投资前景
- 6.8 天津市服装零售行业投资前景分析
 - 6.8.1 天津市服装消费环境与需求分析
 - 6.8.2 天津市服装零售规模与市场分析
 - 6.8.3 天津市服装零售业业态格局分布
 - 6.8.4 天津市服装零售业竞争态势分析
 - 6.8.5 天津市服装零售行业的投资前景
- 6.9 长沙市服装零售行业投资前景分析
 - 6.9.1 长沙市服装消费环境与需求分析
 - 6.9.2 长沙市服装零售规模与市场分析
 - 6.9.3 长沙市服装零售业业态格局分布
 - 6.9.4 长沙市服装零售业竞争态势分析
 - 6.9.5 长沙市服装零售行业的投资前景
- 6.10 沈阳市服装零售行业投资前景分析
 - 6.10.1 沈阳市服装消费环境与需求分析
 - 6.10.2 沈阳市服装零售规模与市场分析
 - 6.10.3 沈阳市服装零售业业态格局分布
 - 6.10.4 沈阳市服装零售业竞争态势分析
 - 6.10.5 沈阳市服装零售行业的投资前景

第7章 中国服装零售行业业态模式创新与发展趋势

- 7.1 中国服装零售业的业态创新与趋势
 - 7.1.1 服装零售业主要业态类型分析
 - 7.1.2 服装零售业现有业态局限性分析
 - 7.1.3 服装零售业业态创新驱动力分析
 - 7.1.4 服装零售业业态创新与发展趋势
- 7.2 专卖品牌店经营模式分析
 - 7.2.1 专卖品牌店模式发展规模分析
 - 7.2.2 专卖品牌店模式市场份额分析

- 7.2.3 专卖品牌店模式代表企业分析
- 7.2.4 专卖品牌店模式的优劣势分析
- 7.2.5 专卖品牌店模式发展潜力与趋势
- 7.3 大卖场服装零售业态模式分析
 - 7.3.1 大卖场服装零售模式发展规模分析
 - 7.3.2 大卖场服装零售模式市场份额分析
 - 7.3.3 大卖场服装零售业态的运营特征分析
 - 7.3.4 大卖场服装零售业态的SWOT分析
 - 7.3.5 大卖场服装零售业态发展潜力与趋势
- 7.4 货店服装零售业态模式分析
 - 7.4.1 货店服装零售销售规模分析
 - 7.4.2 货店服装销售品牌格局分析
 - 7.4.3 货店女装品牌价格结构分析
 - 7.4.4 货店主要女装品牌类型分析
 - 7.4.5 货店主要女装品牌风格分析
- 7.5 网络服装零售业态经营模式分析
 - 7.5.1 网络服装零售模式销售规模分析 2009-2015年中国服装网购市场交易规模（亿元）
 - 7.5.2 网络服装零售模式品牌格局分析
 - 7.5.3 网络服装零售模式的SWOT分析
 - 7.5.4 网络服装零售模式发展潜力与趋势
- 7.6 网络服装零售模式顾客满意度分析
 - 7.6.1 网络购物顾客满意度影响因素分析
 - 7.6.2 网络购物顾客忠诚度影响因素分析
 - 7.6.3 网络购物的决策与消费满意度分析
 - 7.6.4 网络购物消费流程与影响因素分析
 - 7.6.5 提高网络服装零售顾客满意度的建议
- 7.7 O2O服装零售业态经营模式分析
 - 7.7.1 O2O服装零售业态经营模式特点分析
 - 7.7.2 O2O服装零售业态经营模式规模分析
 - 7.7.3 O2O服装零售业态经营模式的优劣势
 - 7.7.4 O2O服装零售业态经营模式发展潜力

第8章 国际服装零售巨头与国内标杆服企经营分析

8.1 世界四大服装零售巨头经营与管理模式分析

8.1.1 日本优衣库经营与管理模式分析

- (1)企业发展简况分析
- (2)企业经营情况分析
 - 1)企业盈利能力分析
 - 2)企业运营能力分析
 - 3)企业偿债能力分析
 - 4)企业发展能力分析
- (3)企业内涵增长能力分析
- (4)企业在华扩张能力分析
- (5)企业运营与管理模式分析
- (6)企业品牌经营策略分析
- (7)企业核心竞争力分析
- (8)企业发展SWOT分析
- (9)企业最新发展动态分析

8.1.2 美国盖璞(GAP) 经营与管理模式分析

- (1)企业发展简况分析
- (2)企业经营情况分析
 - 1)企业盈利能力分析
 - 2)企业运营能力分析
 - 3)企业偿债能力分析
 - 4)企业发展能力分析
- (3)企业内涵增长能力分析
- (4)企业在华扩张能力分析
- (5)企业运营与管理模式分析
- (6)企业品牌经营策略分析
- (7)企业核心竞争力分析
- (8)企业发展SWOT分析
- (9)企业最新发展动态分析

8.1.3 西班牙ZARA经营与管理模式分析

- (1)企业发展简况分析

(2)企业经营情况分析

1)企业盈利能力分析

2)企业运营能力分析

3)企业偿债能力分析

4)企业发展能力分析

(3)企业内涵增长能力分析

(4)企业在华扩张能力分析

(5)企业运营与管理模式分析

(6)企业品牌经营策略分析

(7)企业核心竞争力分析

(8)企业发展SWOT分析

(9)企业最新发展动态分析

8.1.4 瑞典H&M经营与管理模式分析

(1)企业发展简况分析

(2)企业经营情况分析

1)企业盈利能力分析

2)企业运营能力分析

3)企业偿债能力分析

4)企业发展能力分析

(3)企业内涵增长能力分析

(4)企业在华扩张能力分析

(5)企业运营与管理模式分析

(6)企业品牌经营策略分析

(7)企业核心竞争力分析

(8)企业发展SWOT分析

(9)企业最新发展动态分析

8.2 标杆服装零售企业经营状况分析

8.2.1 思捷环球控股有限公司经营分析

(1)企业发展简况分析

(2)企业经营情况分析

1)主要经济指标分析

2)企业盈利能力分析

3)企业运营能力分析

4)企业偿债能力分析

5)企业发展能力分析

(3)企业零售服装品类及特征

(4)企业营销渠道及销售网络

(5)企业品牌经营策略分析

(6)企业核心竞争力分析

(7)企业发展优劣势分析

(8)企业最新发展动态

8.2.2 利邦控股有限公司经营分析

(1)企业发展简况分析

(2)企业经营情况分析

1)主要经济指标分析

2)企业盈利能力分析

3)企业运营能力分析

4)企业偿债能力分析

5)企业发展能力分析

(3)企业零售服装品类及特征

(4)企业营销渠道及销售网络

(5)企业品牌经营策略分析

(6)企业核心竞争力分析

(7)企业发展优劣势分析

(8)企业最新发展动态

8.2.3 利郎(中国)有限公司经营分析

(1)企业发展简况分析

(2)企业经营情况分析

1)主要经济指标分析

2)企业盈利能力分析

3)企业运营能力分析

4)企业偿债能力分析

5)企业发展能力分析

(3)企业零售服装品类及特征

(4)企业营销渠道及销售网络

(5)企业品牌经营策略分析

(6)企业核心竞争力分析

(7)企业发展优劣势分析

(8)企业最新发展动态

8.2.4 长兴国际(集团)控股有限公司经营分析

(1)企业发展简况分析

(2)企业经营情况分析

1)主要经济指标分析

2)企业盈利能力分析

3)企业运营能力分析

4)企业偿债能力分析

5)企业发展能力分析

(3)企业零售服装品类及特征

(4)企业营销渠道及销售网络

(5)企业品牌经营策略分析

(6)企业核心竞争力分析

(7)企业发展优劣势分析

(8)企业最新发展动态

8.2.5 中国动向(集团)有限公司(集团)有限公司经营分析

(1)企业发展简况分析

(2)企业经营情况分析

1)主要经济指标分析

2)企业盈利能力分析

3)企业运营能力分析

4)企业偿债能力分析

5)企业发展能力分析

(3)企业零售服装品类及特征

(4)企业营销渠道及销售网络

(5)企业品牌经营策略分析

(6)企业核心竞争力分析

(7)企业发展优劣势分析

(8)企业最新发展动态

第9章 中国服装零售行业投资风险与投资机会分析

9.1 中国服装零售行业投资壁垒分析

9.1.1 服装零售行业进入壁垒分析

9.1.2 服装零售行业退出壁垒分析

9.2 中国服装零售行业投资风险分析

9.2.1 服装零售行业面临宏观经济风险

9.2.2 服装零售行业面临的渠道租金风险

9.2.3 服装零售行业面临的外需波动风险

9.2.4 服装零售行业面临的其它风险

9.3 中国服装零售行业投资机会分析

9.3.1 中国服装零售行业发展前景分析

9.3.2 中国服装零售行业投资机会分析

图表目录：

图表1 2013-2016年50家百货服装销量及单价同比增速

图表2 2013-2016年全国重点大型零售企业服装及各子行业零售额同比增速比较

图表3 200家大型百货男装零售额分市场增速

图表4 200家大型百货女装零售额分市场增速

图表5 2017-2022年中国服装零售市场规模预测

图表6 服装零售行业的五力模型生态图

图表7 设施数量与需求响应时间关系

图表8 设施数量与库存成本关系图

图表9 设施数量与运输成本关系图

图表10 设施数量与设施成本关系图

图表11 设施数量与物流总成本关系图

图表12 配送系统结构示意图

图表13 运载量与单位运价关系示意图

图表14 2013-2016年重点零售企业服装类商品零售额月度变化走势图

图表15 2013-2016年重点大型零售企业服装零售额

图表16 2013-2016年CPI衣着价格指数变动情况

图表17 2013-2016年各类服装月度销量和同比增长率

图表18 2013-2016年男西装月销量和同比增长率

图表19 2013-2016年男衬衫月销量和同比增长率

图表20 2013-2016年夹克衫月销量和同比增长率

图表21 2013-2016年西裤月销量和同比增长率

图表22 2013-2016年T恤衫月销量和同比增长率

图表23 2013-2016年女装月销量和同比增长率

图表24 2013-2016年童装月销量和同比增长率

图表25 2013-2016年羊绒及羊毛衫月销量和同比增长率

图表26 2013-2016年牛仔服月销量和同比增长率

图表27 2013-2016年防寒服月销量和同比增长率

图表28 2013-2016年男装网购市场规模

图表29 2013-2016年淘宝商城男装成交额占比

图表30 2013-2016年"双十一"、"双十二"男装销售额

图表31 男性网购服装时搜索关键词类型

图表32 进驻淘宝商城男装品牌

图表33 网购市场热销男装品牌类型

图表34 男装子品类销售额排名

图表35 淘宝男装客单价

图表36 2013-2016年冬季淘宝男装客单价

图表37 GXG线上线下销售额

图表38 GXG打造黑白灰系时尚装

图表39 GXG网购消费者类型

图表40 GXG网购销售产品

图表41 七匹狼实业股份有限公司天猫旗舰店

图表42 七匹狼实业股份有限公司一号店旗舰店

图表43 七匹狼实业股份有限公司京东商城旗舰店

图表44 七匹狼实业股份有限公司苏宁易购旗舰店

图表45 近几年七匹狼实业股份有限公司电商业务发展速度

图表46 2013-2016年七匹狼实业股份有限公司电商销售额占总收入比重

图表47 七匹狼实业股份有限公司金字塔式的网络分销体系

图表48 七匹狼实业股份有限公司电商之路的五部曲

图表49 九牧王股份有限公司天猫旗舰店

图表50 格利派蒙天猫旗舰店

图表51 九牧王股份有限公司京东商城旗舰店

图表52 九牧王股份有限公司当当网旗舰店

图表53 2013-2016年斯波帝卡销售收入规模

图表54 斯波帝卡年收入淘宝和分销占比

图表55 斯波帝卡定位

图表56 斯波帝卡品牌地位坐标图

图表57 淘宝网女装店铺访问深度

图表58 淘宝网男装购买转化率

图表59 男装网购品牌集中度

图表60 2013-2016年"双十一"淘宝男装销量TOP10品牌

图表61 2013-2016年淘宝商城男装品牌TOP10客单价

图表62 传统男装品牌线上经营情况

图表63 七匹狼实业股份有限公司金字塔式网络分销体系发展现状与短期规划

图表64 O2O系统打造联通线上线下的交易平台

图表65 2013-2016年"双十一"九牧王股份有限公司排名

图表66 男装传统品牌上线往往带有线下经营模式的烙印

图表67 男装淘品牌线上经营情况

图表68 2013-2016年淘宝网男装搜索与浏览购买转化率

图表69 2016年上海市十大商场累计销售情况表

图表70 2016年上海市中心城区百货服装经营面积分布情况表

图表71 2016年上海市中心城区行政区百货店女装分布表

图表72 2016年上海市中心城区行政区百货店男装分布表

图表73 2016年上海市中心城区行政区百货店运动休闲装分布表

图表74 2016年上海市中心城区行政区百货店内衣分布表

图表75 2016年上海市中心城区行政区百货店羊毛羊绒衫分布表

图表76 2016年上海市中心城区行政区百货店妇婴童装分布表

图表77 2016年上海市中心城区行政区百货店其他类服装分布表

图表78 2016年上海市十大百货服装品类销售分布图

图表79 2016年上海市中心城区百货店服装品牌数量平均值

图表80 2016年上海市中心城区百货店服装品牌数量信息统计表

图表81 2016年上海市中心城区百货店服装品牌重复数统计表

图表82 上海中心城区百货店服装品牌数量平均值

图表83 上海中心城区百货店服装品牌数量信息统计表

图表84 上海中心城区百货店女装主力价格带信息表

图表85 上海中心城区百货店女装品牌类型信息表

图表86 女装品牌风格各类别样本量分布信息

图表87 女装品牌风格各类别中心值

图表88 上海中心城区百货店女装风格定位图

图表89 顾客满意的比较范式

图表90 满意陷阱

图表91 网络消费者决策流程模型

图表92 网络服装零售顾客满意和顾客忠诚的关系模型

图表93 网络服装零售顾客决策满意度和顾客消费满意度关系模型

图表94 优衣库发展简况分析

图表95 优衣库发展优劣势分析

图表96 优衣库最新发展动态

图表97 GAP发展简况分析

图表98 GAP发展优劣势分析

图表99 GAP最新发展动态

图表100 ZARA发展简况分析

图表101 ZARA核心竞争力分析

图表102 ZARA发展优劣势分析

图表103 ZARA最新发展动态

图表104 H&M发展简况分析

图表105 H&M发展优劣势分析

图表106 H&M最新发展动态

图表107 思捷环球控股有限公司简况

图表108 思捷环球控股有限公司盈利能力分析

图表109 思捷环球控股有限公司运营能力分析

图表110 思捷环球控股有限公司偿债能力分析

图表111 思捷环球控股有限公司发展能力分析

图表112 思捷环球控股有限公司发展优劣势分析

图表113 利邦控股有限公司发展简况分析

图表114 利邦控股有限公司盈利能力分析

图表115 利邦控股有限公司运营能力分析

图表116 利邦控股有限公司偿债能力分析

图表117 利邦控股有限公司发展能力分析

图表118 利邦控股有限公司发展优劣势分析

图表119 利郎(中国)有限公司发展简况分析

图表120 利郎(中国)有限公司盈利能力分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285612.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。