

# 2020-2026年中国互联网+纺织行业发展战略规划 及投资方向分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国互联网+纺织行业发展战略规划及投资方向分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202006/870923.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

20Q1毛利率延续改善，净利率表现趋弱。2019年，家纺板块毛利率、净利率分别为45.4%、11.1%，同比-0.7pct、-0.5pct；其中，19Q4毛利率、归母净利率分别为46.6%、12.5%，同比持平、+0.7pct。19Q4，梦洁股份高毛利业务占比提升以及富安娜电商渠道升级，带动毛利率提升，但罗莱生活打折促销力度加大对毛利率产生拖累，费用管控加强致利润率小幅提升。20Q1，家纺板块销售毛利率、归母净利率分别为45.7%、10.1%，同比+1.8pct、-2.7pct，收入结构变化及产品升级带动的毛利率改善仍在延续，但受疫情影响以及费用相对刚性等因素对净利率产生拖累。

19A家纺板块销售毛利率/净利率分别为45.4%/11.1%

20Q1家纺板块销售毛利率/净利率分别为45.7%/10.1%

智研咨询发布的《2020-2026年中国互联网+纺织行业发展战略规划及投资方向分析报告》共八章。首先介绍了中国互联网+纺织行业市场发展环境、互联网+纺织整体运行态势等，接着分析了中国互联网+纺织行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+纺织市场竞争格局。随后，报告对互联网+纺织做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+纺织行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+纺织产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+纺织行业，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：

### 第一章 电子商务与“互联网+”

#### 第一节 电子商务发展分析

##### 一、电子商务基本定义

##### 二、电子商务发展阶段

##### 三、电子商务基本特征

##### 四、电子商务支撑环境

##### 五、电子商务基本模式

###### （一）电子商务分类

###### （二）电子商务功能

###### （三）电子商务运营模式

##### 六、电子商务规模分析

## 第二节 “互联网+”的相关概述

- 一、“互联网+”的提出
- 二、“互联网+”的内涵
- 三、“互联网+”的发展
- 四、“互联网+”的评价
- 五、“互联网+”的趋势

## 第二章 互联网环境下纺织品行业的机会与挑战

### 第一节 中国互联网环境分析

- 一、网民基本情况分析
  - (一) 总体网民规模分析
  - (二) 手机网民规模分析
  - (三) 农村网民规模分析
  - (四) 网民属性结构分析
- 二、网民互联网应用状况
  - (一) 信息获取情况分析
  - (二) 商务交易发展情况
  - (三) 交流沟通现状分析
  - (四) 网络娱乐应用分析
- 三、移动互联网发展状况
  - (一) 移动互联网市场规模
  - (二) 移动互联网流量情况

### 第二节 互联网环境下纺织品行业的机会与挑战

- 一、互联网时代行业大环境的变化
- 二、互联网直击传统行业消费痛点
- 三、互联网助力企业开拓市场
- 四、电商成为传统企业突破口

### 第三节 互联网纺织品行业的改造与重构

- 一、互联网重构行业的供应链格局
- 二、互联网改变生产厂商营销模式
- 三、互联网导致行业利益重新分配

### 第四节 纺织品与互联网融合创新机会孕育

- 一、电商政策变化趋势分析
- 二、电子商务消费环境趋势分析
- 三、互联网技术对行业支撑作用
- 四、电商黄金发展期机遇分析

### 第三章 纺织品所属行行业发展现状分析

#### 第一节 纺织品行业发展现状分析

纺织用品可以分为服装用、家用以及产业用等。家纺用品消费可以分为两类：一类是作为日用品型消费带来的刚性需求，家纺用品作为家庭生活必需品的一部分，日常更替是一种刚性需求。另一种消费为炫耀型消费，把家纺用品作为家庭“软装修”，新居乔迁、送礼和婚庆等是刺激炫耀性消费的主要因素，同时随着经济水平的提高，为追求个性化和名牌奠定了物质基础，炫耀性消费也会增长。

#### 我国家纺消费各类需求占比情况

2019年淘宝平台家纺类销量TOP10分别为枕头系列、凉席系列、四件套系列、被子、床单、枕套、蚊帐、床垫系列、床笠、毯子系列。其中枕头系列销量最高，达到4.24亿件。

#### 2019年中国淘宝平台家纺品类销量TOP10（百万、%）

#### 一、纺织品行业产业政策分析

#### 二、纺织品行业发展现状分析

##### （一）纺织业发展概况

##### （二）纺织服装、服饰业发展概况

#### 三、纺织品行业主要企业分析

#### 四、纺织品所属行行业市场规模分析

##### （一）纺织业销售收入分析

##### （二）纺织服装、服饰业销售收入分析

#### 第二节 纺织品行业市场前景分析

##### 一、纺织品行业发展前景分析

##### 二、未来纺织品行业发展重点

##### 三、纺织品行业市场规模预测

### 第四章 纺织品所属行行业市场规模与电商未来空间预测

#### 第一节 纺织品电子商务与传统纺织品贸易比较

#### 第二节 纺织品电商市场规模与渗透率

##### 一、纺织品电商总体开展情况

##### 二、纺织品电商交易规模分析

##### 三、纺织品电商渠道渗透率分析

#### 第三节 纺织品电商所属行行业盈利能力分析

##### 一、纺织品电子商务发展有利因素

##### 二、纺织品电子商务发展制约因素

##### 三、纺织品电商行业经营成本分析

#### 四、纺织品电商行业盈利模式分析

#### 五、纺织品电商行业盈利水平分析

#### 第四节 电商行业未来前景及趋势预测

##### 一、纺织品跨境电商发展契机分析

##### 二、纺织品电商行业应用发展建议

##### 三、纺织品电商市场规模预测分析

#### 第五章 纺织品企业互联网战略体系构建及平台选择

##### 第一节 纺织品企业转型电商构建分析

##### 一、纺织品电子商务关键环节 分析

###### （一）产品采购与组织

###### （二）电商网站建设

###### （三）网站品牌建设及营销

###### （四）服务及物流配送体系

###### （五）网站增值服务

##### 二、纺织品企业电子商务网站构建

###### （一）网站域名申请

###### （二）网站运行模式

###### （三）网站开发规划

###### （四）网站需求规划

##### 第二节 纺织品企业转型电商发展途径

##### 一、电商B2B发展模式

##### 二、电商B2C发展模式

##### 三、电商C2C发展模式

##### 四、电商O2O发展模式

##### 第三节 纺织品企业转型电商平台选择分析

##### 一、纺织品企业电商建设模式

##### 二、自建商城网店平台

###### （一）自建商城概况分析

###### （二）自建商城优势分析

##### 三、借助第三方网购平台

###### （一）电商平台的优劣势

###### （二）电商平台盈利模式

##### 四、电商服务外包模式分析

###### （一）电商服务外包的优势

###### （二）电商服务外包可行性

### （三）电商服务外包前景

#### 五、纺织品企业电商平台选择策略

### 第六章 纺织品行业电子商务运营模式分析

#### 第一节 纺织品电子商务B2B模式分析

##### 一、纺织品电子商务B2B盈利模式

##### 二、纺织品电子商务B2B客户分析

##### 三、纺织品电子商务B2B采购分析

##### 四、纺织品电子商务B2B物流分析

#### 第二节 纺织品电子商务B2C模式分析

##### 一、纺织品电子商务B2C盈利模式

##### 二、纺织品电子商务B2C物流模式

##### 三、纺织品电商B2C物流模式选择

#### 第三节 纺织品电子商务C2C模式分析

##### 一、纺织品电子商务C2C盈利模式

##### 二、纺织品电子商务C2C信用体系

##### 三、纺织品电子商务C2C物流特征

#### 第四节 纺织品电子商务O2O模式分析

##### 一、纺织品电子商务O2O优势分析

##### 二、纺织品电子商务O2O营销模式

##### 三、纺织品电子商务O2O潜在风险

### 第七章 纺织品主流网站平台比较及企业入驻选择

#### 第一节 天猫商城

##### 一、网站发展基本概述

##### 二、网站覆盖人数分析

##### 三、网站访问次数分析

##### 四、网站页面浏览分析

##### 五、网站访问时长分析

##### 六、网站交易规模分析

#### 第二节 京东商城

##### 一、网站发展基本概述

##### 二、网站用户特征分析

##### 三、网站覆盖人数分析

##### 四、网站访问次数分析

##### 五、网站页面浏览分析

##### 六、网站访问时长分析

## 七、网站交易规模分析

### 第三节 锦桥纺织网

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站主要产品分析
- 三、网站荣誉资质分析
- 四、网站经营情况分析
- 五、网站发展策略分析

### 第四节 网上轻纺城

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站主要产品分析
- 三、网站建设内容分析
- 四、网站发展目标分析

### 第五节 中国纺织网

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站服务项目分析
- 三、网站访问次数分析
- 四、网站发展定位分析

### 第六节 中国家纺网

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站主要产品分析
- 三、网站合作伙伴分析
- 四、网站竞争优势分析

### 第七节 中国绸都网

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站主要产品分析
- 三、网站荣誉资质分析
- 四、网站竞争优势分析

## 第八章 纺织品企业进入互联网领域投资策略分析 (ZY GXH)

### 第一节 纺织品企业电子商务市场投资要素

- 一、企业自身发展阶段的认知分析
- 二、企业开展电子商务目标的确定
- 三、企业电子商务发展的认知确定
- 四、企业转型电子商务的困境分析

### 第二节 纺织品企业转型电商物流投资分析

- 一、纺织品企业电商自建物流分析



- (一) 电商自建物流的优势分析
- (二) 电商自建物流的负面影响
- 二、纺织品企业电商外包物流分析
  - (一) 快递业务量完成情况
  - (二) 快递业务的收入情况
- 三、纺织品电商物流构建策略分析
  - (一) 入库质量检查
  - (二) 在库存储管理
  - (三) 出库配货管理
  - (四) 发货和派送
  - (五) 退货处理

### 第三节 纺织品企业电商市场策略分析

- 一、O2O电商模式
- 二、收购电商策略
- 三、借势电商策略 (ZY GXH)
- 四、做品牌不做渠道

部分图表目录：

- 图表 1 2015-2019年中国电子商务市场交易规模统计
- 图表 2 2015-2019年中国网民规模和互联网普及率
- 图表 3 2015-2019年中国手机网民规模及其占网民比例
- 图表 4 2015-2019年中国网民城乡结构
- 图表 5 2015-2019年中国网民城乡结构
- 图表 6 2015-2019年中国网民性别结构
- 图表 7 2015-2019年中国网民年龄结构
- 图表 8 2015-2019年中国网民学历结构
- 图表 9 2015-2019年中国网民职业结构
- 图表 10 2015-2019年中国网民个人月收入结构
- 图表 11 2015-2019年中国搜索/手机搜索用户规模及使用率
- 图表 12 2015-2019年中国网络新闻/手机网络新闻用户规模及使用率
- 图表 13 2015-2019年中国网络购物/手机网络购物用户规模及使用率
- 图表 14 2015-2019年中国团购/手机团购用户规模及使用率
- 图表 15 2015-2019年中国网上支付/手机网上支付用户规模及使用率
- 图表 16 2015-2019年中国互联网理财用户规模及使用率
- 图表 17 2015-2019年中国在线旅行预订/手机在线旅行预订用户规模及使用率
- 图表 18 2015-2019年中国网民各类在线旅行预订服务使用率

图表 19 2015-2019年中国即时通信/手机即时通信用户规模及使用率

图表 20 2015-2019年中国微博客/手机微博客用户规模及使用率

图表 21 2015-2019年中国网络游戏/手机网络游戏用户规模及使用率

图表 22 2015-2019年中国网络文学用户规模及使用率

图表 23 2015-2019年中国网络视频/手机网络视频用户规模及使用率

图表 24 2015-2019年中国移动互联网市场规模统计

图表 25 2015-2019年中国移动互联网接入流量统计

图表 26 中国纺织品行业相关政策

图表 27 2015-2019年中国纺织业经济指标统计

图表 28 2015-2019年中国纺织服装、服饰业经济指标统计

图表 29 2015-2019年度中国纺织服装行业主营业务收入100强企业

图表 30 2015-2019年中国纺织业销售收入统计

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202006/870923.html>