

2015H1中国服装网购行业报告

2015年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

2015H1服装网购市场交易规模

2015H1中国服装网购市场整体交易规模为4130.5亿元

2015H1中国服装网购市场整体交易规模为4130.5亿元。此统计口径为C2C、B2C及品牌官网等所有网络零售总和。本报告服装产品的统计口径包括女装、男装，不含箱包、鞋和童装童鞋等。

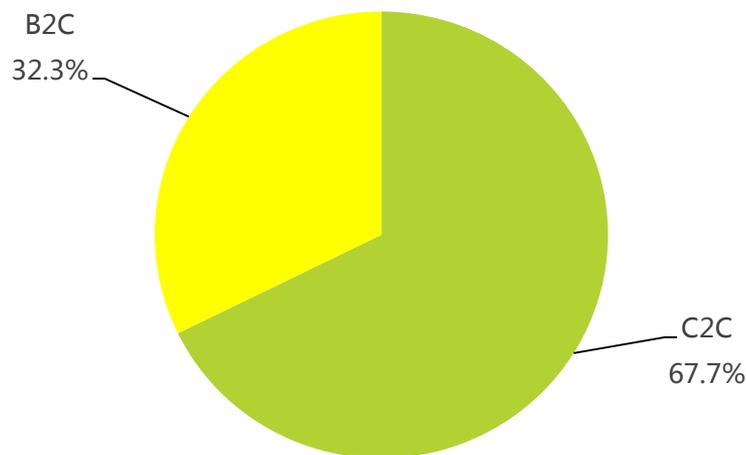


中国服装网购市场渠道分析

2015H1中国网购市场服装产品销量C2C占比为67.7%

2015H1中国服装类产品C2C渠道销量占比为67.7%，占有服装网购主流地位。这主要是C2C平台上服装的多样性和低价等因素共同作用的结果。

2015H1中国网络购物市场服装产品销量渠道分布



来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

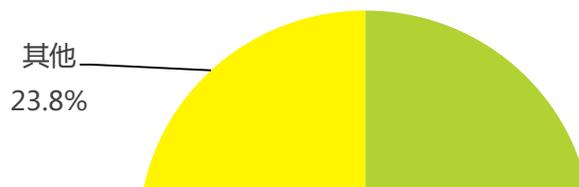
备注：本报告网购交易规模和交易量数据仅统计线上渠道，不包含线下渠道数据。

2015H1中国服装网购B2C平台分析

天猫服装销量占中国B2C平台销量总和的76.2%

2015H1中国B2C平台服装产品销量份额排名第一的平台为天猫，占比76.2%。天猫作为平台型B2C在服装品类上优势明显。服装品牌繁多，样式多样，品牌的市场集中度低，平台型B2C给了用户多样化的选择。

2015H1中国B2C平台服装产品销量份额



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21691

