

# 关于服装业电子商务的发展对传统服装销售现状的影响的调查 报告（范文）

## 第一篇：关于服装业电子商务的发展对传统服装销售现状的影响的调查 报告（范文）

### 关于服装业电子商务的发展 对传统服装销售现状的影响的调查报告

2009 年和 2010 年可以说是中国网络购物具有里程碑意义的二年，网上购物在高房价、高通货膨胀和全球金融危机的背景下，格外受到广大网民的青睐。为了深入探讨电子商务发展对传统服装销售的影响，2010 年 3 月，我对服装业电子商务的发展进行了深入调查，调查中共走访服装网店 30 余家，并结合实体店进行了深入调查。对于网上服装销售情况进行一段时间的跟踪调查后，现对于我国网络服装销售情况做一总结分析。

#### 一、服装业电子商务的发展现状：

##### （一）、服装传统销售模式局限性导致网络服装销售火爆

服装传统销售模式受制于昂贵的销售成本、消耗消费者大量时间成本，这是消费着青睐网上购买服装的主要原因。近两年房地产、原材料价格的彪升导致服装销售环节成本不断上涨，消费者在承受高房价、高物价的同时几乎没有多少能力再在日常开支中拿出更多的钱去消费很快会过时的流行时装，而同时女装消费的主要年龄段 18 岁~35 岁的女性很多都是老网民，在媒介的宣传和周围亲朋的介绍下涉足网上购物就显得正常。再加上网上服装与实体卖场巨大的价格差异，显得更加有吸引力。

电子商务消费群的知识结构、消费能力、消费观念决定他们将是电子商务发展非常重要的支撑力量。

大学生、医生、教师、公务员、公司白领可以说是网上购物主要力量，而现阶段也恰恰是这批有良好教育背景、收入稳定、消费观念相对开放的阶层是中国社会未来中产者的重要组成部分，他们的生活习惯、购买能力和价值观念都将对中国的商业战略思维产生重要影响，

她们对于电子商务的依赖必将促进网络销售的成长与快速升级。

（二）、网络卖家的优质服务,相对灵活低廉的价格,一批有良好信誉网店的出现都给网络服装销售提供了很好的成长环境

不可否认,现在国内正规品牌代理和生产商都还不太重视网上销售,重点还在传统实体店面的扩张上,但恰恰欧美很多大众服装品牌都很重视其官网销售渠

道的建设。目前我国网络卖家主要以散兵为主,准入门槛缺乏规范和相关配套法规限制,导致网上店铺层次参差不齐,信誉和货品来源无法有效确认。购物基本上考自己的经验和火眼真睛,这也是导致很多人对网上购物比较谨慎的原因。但另一方面,一批货源稳定,信誉良好、价格合理的个体网店正在崛起,其每月的销售额都在 5 万元以上。这批网上服装店主要是聚集了大量忠实的顾客,顾客只需把点欧铺网址放在收藏夹里,随时可以看到店家上新品的情况,往往新上的好东西在几分钟之内就销售一空了。

（三）、货品来源

1.珠三角、长三角是卖家最集中的地方。由于地域优势,珠三角、长三角是实力卖家最集中的地方,他们有自己的进货渠道,往往直接到EMO 工厂拿剩余或有点瑕疵的货品,往往数量不多,但品牌、品种包罗万象,只要在中国加工的服装,管理相对不够严格的品牌网上几乎都有卖。

2.中国发达的服装加工业吸引国际上各大品牌在中国加工,他们在工厂内的剩单或工厂自己的跟单是目前网上最受欢迎的货品之一。

网上最受买家喜欢的的著名品牌的真品、原单,不仅面料设计出众,价钱与专柜比起来更是相当诱人。比如某著名美国休闲品牌在专柜卖到 3000 多的一件衣服,有进货渠道的网络卖家仅仅售 300 元。有时加工厂根据厂家下单时规定多出的总量 3% 左右的面、辅料,再依据图纸和工艺流程自己加工的货叫品牌跟单,与正货相差无机,价钱比原单更便宜,服装厂家用这种手段不仅提高了自己的收入,也给大量积压的次品找到了出路,而消费者也愿意用低价买到不影响穿着的名牌服装。

3. 侨居海外的卖家商品也是中高档消费群的重要选择，同样的货物、比国内商场便宜的价格、比现有商场等实体卖家更多、更新鲜的物品都会越来越吸引更多的相应的消费群体。

由于高额关税，在中国大陆销售的欧美服装品牌对于大多消费者来说价格远远超出了承受能力，这就为网上全球购卖家提供了生存的空间，同样的品牌，同样的衣服，从欧美或日本邮寄过来总价有时不及国内专卖店价格的 50%，这对于消费者的诱惑力是相当大的。

（四）、相应服务的到位也为网络服装销售发展提供了后勤保障

1. 网上银行。应该说银行网上业务的拓展为电子商务的发展提供的可能，方便快捷的支付手段让买卖双方都省去了大量时间和精力。

2. 支付宝。支付宝是有购物网站设置的介于买家和卖家银行帐户之间的一个停留站，卖家只须看到买家把钱打到支付宝上，就可以发货，无特殊理由和卖家的确认，买家已经支付到支付宝上的钱是无法自行退回。同样，卖家只有在买家收到货物并满意货物质量同意支付后才可受到货款。这种方式避免了很多恶意欺诈和买卖纠纷，对双方都是一种保护。

3. 物流业的快速发展。物流业的快速发展为全国乃至全球的货物传递提供了快速到达、方便收取的可能。哪怕只有一张小手帕都可以在 48 小时左右送到顾客手中，加突出了网上购物不受时间空间限制的优越性。

## 二、服装业电子商务的发展对传统服装销售的影响

分析以上调查结果，我认为：服装的市场价格除自身成本以外还包含有代理商的利润、服装卖场（商场）提成、营业员提成等，这一层层的加价最后只有消费者买单，一旦消费者承受不了或放弃承受，可以想象结果损失最大的还是服装企业本身，而对于代理商和卖场几乎没有太大影响。网上购物的迅速发展，对于传统服装销售方式提出了很大挑战，少了场地成本、代理商成本以后的服装业必将瘦身快速前行，对于国内服装业更是一次突出重围的契机。

在当前网络迅速发展的背景下，电子商务蓬勃发展，网络服装店以方面、便宜、款式新颖赢得了许多忠实的顾客，对传统的服装业形成了巨大的挑战。网络服装店的确存在着一些缺点，比如只能通过图

片看到衣服，而不能像在传统的服装店一样试穿衣服，不知道衣服是否合适，穿着是否满意，这样也许会给我们带来不便，但我相信网络服装店在未来的发展中会不断完善，电子商务必将伴随着信息技术的发展不断地完善，网上购物是未来购物方式发展的一种趋势，必将被大众所接受，逐渐普及开来。而传统的服装店会逐渐的淡化，它在我们的日常生活所起的作用会逐渐变弱。但有一点要说明，网购的大部分顾客是青少年，大学生较多。网上购物有待普及。相信在不远的将来，网购肯定会成为我们生活中重要的一部分。网上服装店的运营必将更完善，更加符合顾客的需要。

网上服装店是当前信息技术发展的产物，它相对传统的服装店有许多优点，对传统的服装业形成巨大的挑战。网上服装店必将在不断的完善中赢得更多顾客的青睐，发展前景光明。规范的网络购物市场，使网购发展的必要前提，只有从商家和顾客两方面都完善，网购的前途不可估量。

## 第二篇：浅谈电子商务发展现状及其影响 \_电子商务论文（模版）

### 电子商务论文

#### ——浅谈电子商务发展现状及其生活影响

班级： 姓名： 学号：

#### 浅谈电子商务发展现状及其生活影响

进入新世纪后，信息技术的发展使得互联网发生了日新月异的变化，呈现出爆炸性增长。随之，一种基于互联网、以交易双方为主体、以银行电子支付和结算为手段、以客户数据为依托的全新的商务模式——电子商务 (ElectronicBusiness)应运而生。这种全新的商务模式使我们的日常生活正经历一场重大的变革。狭义上讲，电子商务就是在网上开展商务活动，即实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付的一种新型的商业运营模式；广义上讲，McKay 和 Marshall 认为，电子商务实质是利用 Internet 及其他信息技术来支持商务活动并改善企业绩效水平。

当前，我国电子商务应用领域主要集中在：

1、网上购物与电子支付；

- 2、网上银行；
- 3、网上证券交易；
- 4、其他应用，如：网络求职、网络教育、电子订票、规划旅游线路等。

#### 一、中国电子商务的应用现状

中国互联网的不断普及和网民数量的迅速增加是中国电子商务持续快速发展的基础。从2003年至今，我国网络经济市场规模增长率保持在30%以上的快速增长。互联网产业的日趋成熟，催生出各种电子商务的新增长热点。2009年网上购物、搜索引擎、电子商务、网络广告等占网络经济市场规模的60%以上。

##### （一）网上购物与电子支付

从最早的还不算电子支付的汇款、货到付款，到后来的网上银行转账，再到支付宝等第三方支付平台，电子支付伴随着网上购物正逐渐为我们所熟悉，我国网上购物电子支付状况有较大改善。中国互联网络信息中心（CNNIC）近日公布的一项最新调查结果显示，中国居民利用电脑在互联网上购物汇款、网上支付和货到付款的比例分别为43.2%、41.8%和34.7%。

##### （二）网上银行

当前，我国近20多家银行的200多个分支机构拥有网址和主页，其中开展实质性网上银行业务的达50余家，网银交易总额逐年增大，07、08两年增幅均在100%以上，其中个人网银交易增长速度大于企业网银交易速度，个人网银交易所占比例逐年加大，表现出强劲的发展势头。

##### （三）网上证券交易

我国券商最早开始尝试开办网上交易业务是在1996年底。一直以来国内券商都非常注重网上证券交易的开发和投入。2006年，现有100家证券公司中将近半数（43家）建立了自己的网站，其中的多数可以开展网上证券交易。但据统计，现在网上交易量还不足全部交易的1%。据分析，监管部门一直禁止国内券商网上开户和资金收付，主要是考虑技术安全问题。

相比之下，韩国每天有 50 % 以上的证券交易是通过网上证券交易实现的，美国这一比例也超过了 30 %，而中国才仅仅 1 %。差距就是发展空间，随着技术的快速发展和政策的进一步支持，网上证券交易将发展为中国最为成功的电子商务模式之一。

#### （四）网络求职

网络已成为人们交往最主要的载体，在大学生就业工作中发挥着越来越重要的作用，网

络招聘已成为生力军。近年来，网络招聘市场规模增长率将保持在 25% 以上，以其速度快、效率高、成本低、费用省、覆盖面广等特点正在吸引着大量高校毕业生和企业。前程无忧 (Nasdaq: JOBS) 2010 财年财报显示，其总营收为人民币 10.9 亿元，与 2009 财年同比增长 33.4%。2010 财年共有 214057 名独立雇主使用了前程无忧的网络招聘服务，与 2009 财年的 143451 名增长 18.2%。前程无忧作为网络招聘企业的典范，说明了这一行业巨大的发展潜力。

#### （五）网络教育

新东方的上市标志着我国网络教育进入快速成长期，商业形式逐渐丰富。内外部条件的发展和成熟，正在促使中国网络教育市场由成长阶段向着成熟阶段发展。网络基础设施的日益升级和普及，教育服务的逐渐细分与专业化、网络教育观念的逐步成熟和规范、相关法律法规的日益完善，这些都是形成中国网络教育市场当前发展格局的重要特征，但仍需在政策和资源分配等方面做出较大努力。

### 二、电子商务对生活的影响

#### （一）改变生活方式，使生活更为便利精彩

电子商务以电子化的交易手段代替传统的商务模式，给人们带来更加便捷的生活方式，使百姓从空间和时间上解放了出来，允许消费者在任何时间和任何地方购物或进行其它交易。另外，电子商务对生活的覆盖越来越广，人们可以购买到的商品和服务越来越多样化，对生活的影响越来越深入。比如，现在人们很自然地在网上订购出行票据、订购旅店、网上进行旅游行程规划等，这在过去是想都没想过的。

#### （二）改变工作方式，使工作更为高效自由

电子商务的应用改变了传统的工作方式，实现远程办公、办公移动化和工作自主化。基于互联网的企业内部电子商务化，为实现远程办公提供了条件。远程办公可以满足人们办公时间地点灵活自主选择的愿望，并带来更高的工作满意度和绩效。另外，电子商务的发展，带动了并实现了工作的自主化，随之出现了 SOHO 一族。这一部分人可以利用电子商务真正实现自主工作。再比如，在 C2C 模式下，在互联网上经营网店，不受任何工作地点、时间的限制，同样增加了工作的自主性，显然颠覆了传统的工作方式。

### （三）改变雇佣方式，增加并促进就业

电子商务本身提供工作机会。在各类网站中，企业网站数的比例为 71.4%，商业网站 24.3%。拥有如此庞大的数据的电子商务提供的就业岗位也是庞大的。如果考虑网站以外电子商务及间接带动因素，电子商务吸纳就业的数字还会更高。例如，第三方物流和配送行业带来了上千万人的就业机会，形成了电子商务师、网络营销等新兴职位。

利用电子商务可网上求职，寻求更多的工作机会。通过电子商务平台，求职者可以查找招聘信息，也可以发布求职信息及个人求职简历。就业信息平台为供需双方提供更多撮合机会，减少摩擦性失业，促进了人才资源更合理的配置。网上求职的便利性、快速反应以及不受地域限制等方面的特性，使得越来越多的人选择通过互联网求职。

### （四）改变学习方式，使得教育更加平等

在传统的学习和教育方式下，教育机会的均等只能部分的实现。尽管近年来提高了获得教育机会的比例，但还是有大部分人不能享有高等教育的机会。电子商务的发展推出了新的教育模式，超越了地理的限制，以更小的成本使均等的教育机会可以在更大的程度上得到实现。基于互联网的远程教育，能够以低廉的价格向来

自社会各个阶层的学生提供具有相当水准的教育服务。这为学生接受更多的教育提供了崭新的途径，增加了他们接受高等教育的机会。比如，网络大学的在线学历课程。

同时，对于任何人，无论是那些享有高等教育机会的人，还是无法继续接受教育的人，互联网也为他们提供了更多更好的教育机会和

学习资源。比如，知名学校的教学资源向更多更广泛的人群共享。另外，一些网络期刊，网络数据库，数字图书馆，还有免费的维基百科全书，都为人们提供了更多的更高质量的教育机会。

#### （五）改变供求模式，使得产品/服务更加丰富多样

1、获得定制化产品与个性化服务。基于信息技术的电子商务有着快速反应性、即时性和交互性等特点，在很大程度上满足了百姓对获得定制化产品与个性化服务的需求。比如，dell 公司根据客户的需求为客户定制计算机，允许客户自己配置个性化的计算机系统。

2、获得多种选择。电子商务超越了地理的限制，为百姓提供了更多的选择，使他们能从不同网站的不同商家中进行选择，有更多的机会获得物美价廉的产品和服务。而且这其中所付出的搜索成本基本上是一致的，这是传统的购物方式无法比拟的。

3、获得廉价的服务与产品。据不完全统计，2010 年 3 月至今，中关村累计成立了 1000 多家团购网站。团购网站通过网络组团购买，使顾客享受低廉的折扣和高质量的产品，吸引着越来越多的消费者，表现出巨大的发展潜力，改变着人们的生活方式。

#### （六）电子商务的部分不利影响

在电子商务应用发展过程中还存在一些问题，比如电子支付安全、商业诚信等问题。根据 2008 年 6 月份 CNNIC 调查，网民对网上交易安全性可信度只有 2.92（满分为 5 分，最低分为 1 分）。认为网上交易安全的只有 25.1%，有 20.3% 的网购用户有不愉快的购物经历。

另外，我国经济发展的不平衡性，导致了当代信息技术领域中存在差距，即数字鸿沟。目前 74.9% 的网民都居住在城镇，城镇居民的互联网普及率是 27.3%，农村仅为 7.1%。在以信息技术为基础的电子商务广泛应用的现在社会，信息资源匮乏的人们很少有机会参与到新经济当中，也很少有机会参与到在线的教育、培训、购物等等，感受电子商务给我们生活带来的巨大变化。

当今电子商务对生活产生了深刻的影响。虽然在发展过程中仍然存在一些问题，但是，针对这些问题我们不应该回避甚至放弃应用电子商务。相反，应该加大力气进一步发展电子商务，在发展中寻求

解决问题的手段和方法，使电子商务更好地、更广泛地应用并服务于人们的生活。

### 第三篇：电子商务的发展现状调查报告

#### 电子商务的发展现状调查报告

2010-09-02 09:41:19 | 分类： | 标签： 字号大中小 订阅

广义的电子商务定义为，使用各种电子工具从事商务或活动。这些工具包括从初级的电报、电话、广播、电视、传真到计算机、计算机网络，到 NII（国家信息基础结构—信息高速公路）、GII（全球信息基础结构）和 Internet 等现代系统。而商务活动是从泛商品（实物与非实物，商品与非商品化的生产要素等等）的需求活动到泛商品的合理、合法的消费除去典型的生产过程后的所有活动。狭义电子商务定义为，主要利用 Internet 从事商务或活动。电子商务是在技术、经济高度发达的现代社会里，掌握信息技术和商务规则的人，系统化地运用电子工具，高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的总称。这个分析突出了电子商务的前提、中心、重点、目的和标准，指出它应达到的水平和效果，它是对电子商务更严格和体现时代要求的定义，它从系统的观点出发，强调人在系统中的中心地位，将环境与人、人与工具、人与劳动对象有机地联系起来，用系统的目标、系统的组成来定义电子商务，从而使它

具有生产力的性质。

现在的电子商务主要有有 B2B、B2C、C2C、B2M、M2C、B2A（即 B2G）、C2A（即 C2G）七类模式。其中较为常见的有 B2B（Business to Business），B2C（Business to Customer），C2C（Consumer to Consumer），B2M（Business to Manager），B2M（Business to Marketing）

等。

电子商务的发展现状：

如今欧美国家的电子商务业务开发已如火如荼。在法、德等欧洲国家，电子商务所产生的营业额已占商务总额的 1/4，在美国则已高达 1/3 以上，而欧美国家电子商务的开展也不过才十几年的时间。在美国，

美国在线(AOL)、雅虎、电子港湾等著名的电子商务公司在 1995 年前后开始赚钱，到 2000 年创造了 7.8 亿美元，IBM、亚马逊书城、戴尔电脑、沃尔玛超市等电子商务公司在各自的领域更是取得了令人不可思议的巨额利润。

中国电子商务始于 1997 年，并且最近几年中国电子商务发展迅猛，2007 年全国电子商务交易总额达 2.17 万亿元，比上年增长 90%。中国网络购物发展迅速，2008 年 6 月底，网络购物用户人数达到 6329 万，半年内增加 36.4%。截至 2008 年 12 月，电子商务类站点的总体用户覆盖已经从 9000 万户提升至 9800 万户。

进入新世纪以来，我国 GDP 连年高速增长，信用、支付、物流等运营环境日益完善，促进了电子商务大发展，并具有鲜明特点。

### 1、起点高，发展快

中国电子商务建立在最新科技发展基础上，1998 年中国电子商务正式起步，经过 10 年多的发展，2008 年中国网商数量达到 5000 万，交易额近 2 万亿元。

### 2、覆盖 B2B、B2C 等多种模式

我国电子商务起步主要为 B2B 模式，2006 年全国 B2B 电子商务交易总额达到 12800 亿，占同期中国 B2B 贸易总额的 6.15%。网站的迅速发展使得大众化程度明显提高，加速了 B2C 模式的普及，B2C 模式以惊人的速度占据了电子商务的主要市场，成为我国电子商务的主要模式。

### 3、效益显著、优势凸现

电子商务为上网企业扩大了销售、开拓了市场，上网企业年均销售额的 21.98% 来自电子商务，35.08% 的企业降低了运营成本，45.97% 的企业实现了品牌提升，46.57% 的企业降低了营销成本，49.80% 的企业扩展了销售区域，51.61% 的企业实现了销售量增长，59.48% 的企业增加了客户。

### 4、立法日趋完善

1996 年 2 月发布《中华人民共和国计算机信息网络国际联网管理暂行规定》；1997 年 5 月发布《中国互联网络域名注册暂行管理办

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/395334310132012002>