

# 电商经济背景下的服装行业发展思路解析

韩霏

上海乌禾实业有限公司

DOI:10.12238/deitar.v2i2.7538

**[摘要]** 随着电商经济的蓬勃发展,服装行业站在新的历史发展节点所面临的挑战较多,但其商机无限。电商平台为服装品牌提供了更广阔的市场空间和更便捷的销售渠道,但同时,市场竞争的加剧、消费者需求的多变以及供应链的复杂性也对该行业带来了一定的考验,为保障可在此环境下脱颖而出,服装企业必须不断创新,积极改进,以适应电商经济的新要求。因此,对于服装行业发展,需不断创新及积极改进,有效抓住机遇健康发展,积极应对存在的挑战,进而推动其良好发展。基于此,本文将详细分析电商经济背景下,服装行业的主要发展思路,包括电商平台的战略运用、供应链优化、库存管理创新以及可持续发展的实践等,以供参考。

**[关键词]** 电商经济背景; 服装行业发展; 措施

**中图分类号:** F407.86 **文献标识码:** A

## Analysis of the garment industry development ideas under the background of e-commerce economy

Fei Han

Shanghai Wuhe Industrial Co., LTD

**[Abstract]** With the vigorous development of e-commerce economy, the garment industry is facing many challenges at the new historical development node, but its business opportunities are unlimited. Electric business platform for clothing brand provides a broader market space and more convenient sales channels, but at the same time, the market competition, consumer demand and the complexity of the supply chain has brought certain test to the industry, to ensure can stand out in this environment, clothing enterprises must constantly innovation, positive improvement, to adapt to the new requirements of electricity economy. Therefore, for the development of the garment industry, it is necessary to constantly innovate and actively improve, effectively seize the opportunities for healthy development, actively respond to the existing challenges, and then promote its good development. Based on this, this paper will analyze in detail the main development ideas of the garment industry under the background of e-commerce economy, including the strategic application of e-commerce platform, supply chain optimization, inventory management innovation and the practice of sustainable development, for your reference.

**[Key words]** economic background; development of garment industry; measures

### 引言

近年来市场环境的不确定性不断加剧,为了生存及发展,企业必须能够正确认识到行业的现状以及未来可能的趋势,积极调整经营管理模式,适应当前的行业环境。我国正处于电子商务经济发展背景中,对此,服装行业需采取创新管理、生产以及设计模式以适应电商经济发展背景,以此进一步提升电商服装行业价值,促进企业的健康发展。所以,本文主要针对电商经济背景下的服装行业发展思路实施探究,分析电商经济的兴起背景,解析电商经济背景下消费者行为,总结服装行业发展策略,进而

为相关人员提供一定支持。

### 1 电商经济的兴起背景

结合我国互联网普及与数字化建设的速度,数字化转型趋势已在各行各业中体现。当下我国互联网用户超过10亿,互联网普及率达到70%以上,这一趋势使得电商经济在我国迅速崛起且为电子商务发展奠定了扎实的基础。此外,我国政府政策对电子商务的帮助支持,也促进了电商经济的顺利发展,如在推动网络基础设施建设方面,有力降低电商企业的运营成本,以鼓励跨境电商的顺利发展。

在此背景下,阿里巴巴、京东以及拼多多等优秀电商平台,已然成为推动我国电商经济发展的主要力量。这些平台基于技术创新,以云计算、大数据等技术有效提升了自身运营效率,并提高了交易的便利性。如,阿里巴巴“双十一”购物节已经成为全球最大的在线购物活动之一,2022年“双十一”期间的交易额就突破了5400亿元人民币,反映出我国电商市场的巨大潜力和活力。在此过程中,支付宝、微信等移动支付的普及,也使我国消费者更习惯于在线购物,以此进一步推动我国电商经济的良好发展。在创新的商业模式中,社交电商、直播带货等新兴模式的兴起也为电商经济铺设了更为畅通的发展之路,而在服装领域该销售模式为行业提供了新的销售渠道以及机遇。

## 2 电商经济背景下消费者行为分析

结合电商经济背景发展现状,当前我国消费者行为习惯出现了显著的变化,此变化依赖技术、市场等方面影响,且存在消费者偏好与期望的持续演化。

首先,消费者购物习惯更为依赖网络,其从日常必需品到高端奢侈品,越来越多的消费者倾向于在线购买。此转变得力于电商平台的便利性以及其工作效率等方面,如一站式购物体验、快速配送服务等。

其次,针对大量的产品信息、用户评价等可帮助消费者更为快速、便捷地获取到新的服务信息,并比较不同产品的价格,以此做出更为明智的购买决策。此趋势是提升消费者权力的关键,消费者可主动搜索、评估信息,不再是被动接受信息的接收者,其自身对品牌与服装期待值反而更高。

最后,在个性化与定制化方面,其需求呈现出日益增长的趋势。消费者自身会期望在购物中得到更为个性化的推荐与帮助,而这也持续推动了电商平台发展。在此电商平台可用大数据和人工智能技术来分析消费者行为和偏好,提供定制化的购物体验。例如,通过分析用户浏览和购买历史,电商平台可为其提供满足心理所需的产品,以此提升购买转化率。在此基础上,社交媒体的融合也影响了消费者自身的行为。社交媒体不再是信息获取的渠道,而是成为品牌与消费者互动、促使消费者做决策的重要一环。在此,消费者需通过社交媒体分享产品信息、评价和购物体验,进而影响其他潜在买家的决策。此外,直播带货等模式将娱乐、互动和购物结合起来,为消费者提供全新的购物体验,并进一步推动了消费者行为的演变与增长。

## 3 电商经济背景下的服装行业发展思路

在电商经济背景下,总结服装行业发展思路具体如下:

### 3.1 电商平台的战略利用

#### 3.1.1 品牌定位与差异化策略

首先,在电商经济背景下,服装行业的品牌定位以及其差异化策略需基于精细化深入考虑。一般来说,品牌定位需明确,其要求服装品牌深刻理解自己的核心价值和目标市场。例如,若某品牌定位于年轻人群,且具备时尚活力的标签,对此其服装的设计风格、营销语言和品牌形象都应当反映出年轻、活力和创新,

通过明确的定位可帮助品牌在诸多电商平台上吸引更多目标顾客群体,以达到提升销量的效果。

其次,针对差异化策略需注重其细节,其中包括设计创新、定制服务、可持续性路线等。如,若某品牌选择可持续性为自身发展路线,对此其需要在设计过程中使用环保材料,并在整个供应链保持可持续性原则,其中所涉及的内容包括生产、包装以及物流等。此外在品牌建设方面,可通过故事化的营销策略以进一步展示出品牌可持续发展的努力和成果,比如通过社交媒体分享其环保材料的来源、生产过程的环保措施,以及如何进行产品回收利用等,此过程可快速在消费者心中建立与品牌更深入的联结。

#### 3.1.2 利用数据驱动的市场分析

基于电商经济发展背景,利用数据驱动与市场分析较为必要,此过程可为服装品牌提供更为准确的消费者画像,以为其制定针对性营销策略提供科学依据。而消费者画像的识别基于消费者在电商平台内的行为,如搜索、浏览和购买历史等。

首先,利用数据完成对市场的细分,并精确定位消费者,结合消费者的购买习惯、偏好以及反馈,品牌可以识别出不同的消费者群体,并针对此群体开展出定制化的营销与产品开发。如,数据显示某一年龄段的消费者倾向于购买环保材料的服装,品牌便可针对此细分市场推出更为有效有关的产品线,以结合定制化营销策略不断吸引此类群体。

其次,在实际的分析数据过程中可帮助品牌把握好行业趋势。基于数据的洞察力不仅限于反映市场的当前需求,且可预测未来的变化,使品牌可提前布局,抓住先机,进一步满足消费者的变化需求。在此阶段,对销售数据、季节性变化和流行趋势的分析,使品牌可以预测未来的市场需求,从而及时调整产品策略。

此外,在优化库存管理时,对于季节性变化和流行趋势的分析可以帮助品牌在适当的时间推出合适的产品,避免过剩库存和降价销售,从而保持利润率。在此品牌应当合理运用此分析结果,制定出更为有效的促销计划和定价策略,以此吸引消费者并促进销售增长。基于前瞻性的管理与市场分析,品牌可达到保持市场竞争力,提高市场响应速度的战略发展目的,且数据驱动的策略也可帮助品牌使其在不断变化的市场环境中稳健成长,实现可持续发展。

最后,在合理分析数据,完成对营销效果的优化时,需依靠用户行为数据以帮助品牌快速识别出哪一类营销渠道、策略更为有效,或哪些内容可吸引消费者的点击观看,以此确保品牌可将自身更多的精力集中在最有效的营销活动中,最终有序提升回报率。

#### 3.1.3 多渠道融合与全渠道营销

首先,在多渠道融合方面需从建立统一的品牌形象开始,其中需保障在电商平台、官方网站、社交媒体或是实体店铺,消费者所接触到的品牌信息与视觉形象均一致。此一致性可有助于增强品牌识别度,以此提升消费者信任感。如基于品牌标识、色

彩方案的营销信息在所有渠道上应当保有一致性,以便消费者轻松识别并与品牌建立联系。

其次,还需实现品牌营销的线上与线下融合。在此服装品牌需在电子商务化营销渠道下为消费者提供线上预约试衣、线下体验后线上购买等服务,将线上线下体验无缝结合,提升顾客购物便利性以及其满意度。而结合线下活动还可收集到顾客的反馈与收据,并将此类信息应用于线上个性化推荐服务之中,以此增强顾客体验<sup>[1]</sup>。

此外合理运用技术还可提升消费者购物的乐趣与互动性,如利用大数据、人工智能技术则可合理分析消费者的购物行为与偏好,以此为其提供个性化的产品推荐以及更具有针对性的营销信息。基于如上提出的多渠道融合和全渠道营销,服装品牌可在电商经济背景下为消费者提供更具有针对性以及丰富的购物体验,并进一步增强品牌自身的竞争力,以此实现可持续性发展。

### 3.2 供应链与库存管理创新

#### 3.2.1 实时库存管理系统的应用

基于电商经济背景,供应链与库存管理是服装行业创新发展的关键。首先,在实时库存管理系统的应用过程中,其可引入先进的管理软件与技术,如RFID(无线射频识别)标签和条形码扫描,服装企业可实时跟踪每件商品的状态,包括其尺寸、颜色、款式和库存位置等信息。

基于实时库存管理系统,可帮助企业以近乎实时的方式更新库存数据,确保库存水平的准确性高达99%以上。通过此实时更新可有效减少过度库存和缺货的风险问题,并加大了库存的周转率,以此降低存储成本。

最后,基于实时库存管理系统,可进一步实现对库存分析的精细化处理,在此可使用SKU(库存单位)级别的销售趋势分析,帮助企业更准确地预测未来的库存需求。通过分析历史销售数据和市场趋势,企业可有效制定出针对性的补货策略以及促销活动,以此保障库存的最大利用率,并避免出现积压库存的情况<sup>[2]</sup>。

#### 3.2.2 满足快速交货需求的物流策略

现阶段,为合理满足电商时代消费者对快速收货的实际需求,服装企业需基于电子商务渠道以采取创新的物流策略,确保物流可实现高效畅通的效果,此过程涉及订单生成到货物交付的每一环节,而所采取的物流策略包括建立地理位置优化的分配中心、采用高效的包装和运输方式,以及实施物流技术等<sup>[3]</sup>。

首先在建立出分配中心时,建议先建立出小型的分配中心,如每个主要城市设立至少1个,尺寸约2000-5000平方米,在此可保障产品与消费者地址更接近,以发挥就近配送的物流策略,进而减少物流所耗时间,确保可实现24小时内送达的目标,以此满足消费者对物流配送的实际需求<sup>[4]</sup>。

其次,建议采用自动化的包装解决方案,并以高效的运输方式(如电动送货车或无人机配送),可以进一步提高物流效率。自动化包装可将包装时间从几分钟缩短到几秒钟,同时保证包装质量;而电动送货车和无人机则能够在高峰时段避开交通拥堵,减少配送延误。

最后,在利用物流技术时建议使用GPS定位与物流管理软件技术,以此实时监控货物状态,并及时发现与解决物流运输过程中出现的问题,以基于透明化操作确保提升运营效率,并进一步增强消费者对其的信任以及对物流配送服务的满意度<sup>[5]</sup>。

### 3.3 可持续发展与环保设计

基于电商经济背景发展趋势,我国服装行业面对着可持续性发展与环保设计的新机遇。首先,对环保材料的合理使用,是促进行业发展的关键,当下我国各类服装品牌均转向采用有机棉、竹纤维、再生聚酯等低环境影响的材料,对此类材料的合理使用可降低对水资源和土壤的污染,起到一定的环保作用。

其次,在实际生产过程中,需采取有效措施降低能源的消耗,对此服装企业需合理优化生产流程,并采用节能减排技术和可再生能源,如太阳能和风能。通过实施废水处理和循环利用系统在此企业可有效减少生产过程中的废物排放。同时,数字化和自动化技术的应用,如3D打印和数字印花,则可有效提升生产实际效率,并实现按需生产的效果,以避免出现材料浪费的情况。

## 4 结束语

综上所述,基于电商经济发展背景,我国服务行业需依托技术创新、营销拓展以及可持续性发展不断创新销售、设计以及生产模式,以此达到提升生产效率,增强消费者满意度的效果,使其可在电商经济背景下促进企业与行业的整体健康发展。

### 【参考文献】

- [1]马月.电商经济背景下的服装行业发展路径分析[J].西部皮革,2022,44(18):8-10.
- [2]王利冬.电商服装行业中柔性供应链管理的实践研究[J].化纤与纺织技术,2021,50(8):3-4.
- [3]刘锦程.电商服装行业柔性供应链管理的实践研究[J].中国管理信息化,2022,(22):95-97.
- [4]陈婧.基于SOR模型的电商直播中影响消费者购买意愿的实证研究——以服装行业为例[J].现代商业,2022,(35):3-6.
- [5]徐啸禄.亚马逊直播模式对我国电商直播的启示——以服装电商直播为例[J].浙江纺织服装职业技术学院学报,2021,20(2):47-50.

### 作者简介:

韩霏(1984—),女,汉族,上海市长宁区人,硕士,副总经理,研究方向:服装智能化生产、设计生产一体化。