

# 2017-2023年中国男装行业深度调研及投资战略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国男装行业深度调研及投资战略研究报告》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/201708/550881.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

2016年中国男装净利润增速为-20.3%，2015年中国男装净利润增速为23.6%。2016年中国男装营业总收入增速为-3.4%。

2011-2016年中国男装净利润增速

数据来源：公开资料整理

2011-2016年中国男装营业总收入增速

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2017-2023年中国男装行业深度调研及投资战略研究报告》共八章。首先介绍了男装产业相关概念及发展环境，接着分析了中国男装行业规模及消费需求，然后对中国男装行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国男装行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国男装行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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1章 中国男装行业竞争充分度\集中度分析

1.1 男装行业发展背景

1.1.1 男装界定与分类

1.1.2 男装行业发展环境

1.1.3 男装行业发展现状

1.2 男装行业集中度分析

1.2.1 男装行业集中度

(1) 男装行业销售额

(2) 男装行业集中度

(3) 集中度变化趋势

1.2.2 细分市场集中度

(1) 男裤市场集中度

(2) 男西装市场集中度

(3) 男衬衫市场集中度

1.3 男装行业竞争充分度分析

### 1.3.1 竞争结构与充分度

### 1.3.2 男装行业竞争充分度

- (1) 男装行业竞争充分度
- (2) 细分市场竞争充分度

## 第2章 中国男装行业竞争层次及排名情况分析

### 2.1 男装行业竞争层次分析

#### 2.1.1 男装行业竞争者构成

- (1) 设计师品牌
- (2) 制造商品牌
- (3) 直销品牌
- (4) 快速时尚品牌
- (5) 零售商品牌

#### 2.1.2 男装行业竞争者层次

- (1) 高端男装品牌
- (2) 中高端男装品牌
- (3) 中端男装品牌
- (4) 中低端男装品牌

#### 2.1.3 男装行业竞争层次

- (1) 成本和价格的竞争
- (2) 质量和使用价值的竞争
- (3) 品牌与营销网络的竞争
- (4) 商业模式之间的竞争

### 2.2 男装行业竞争排名分析

#### 2.2.1 行业总体竞争排名

- (1) 2016年竞争排名
- (2) 近几年排名变化
- (3) 领先品牌份额差距

#### 2.2.2 细分市场竞争排名

- (1) 按风格分类
- (2) 按穿着组合分类

## 第3章 中国男装行业区域派系品牌格局分析

### 3.1 男装主要派系及分布

### 3.2 浙派男装竞争力分析

- 3.2.1 浙派男装覆盖区域
- 3.2.2 浙派男装发展环境
  - (1) 生产要素配置情况
  - (2) 相关产业发展状况
  - (3) 政府政策支持力度
- 3.2.3 浙派男装主要品牌
- 3.2.4 浙派男装竞争优势
- 3.2.5 浙派男装竞争策略
- 3.3 闽派男装竞争力分析
  - 3.3.1 闽派男装覆盖区域
  - 3.3.2 闽派男装发展环境
    - (1) 生产要素配置情况
    - (2) 相关产业发展状况
    - (3) 政府政策支持力度
  - 3.3.3 闽派男装主要品牌
  - 3.3.4 闽派男装竞争优势
  - 3.3.5 闽派男装竞争策略
- 3.4 粤派男装竞争力分析
  - 3.4.1 粤派男装覆盖区域
  - 3.4.2 粤派男装发展环境
    - (1) 生产要素配置情况
    - (2) 相关产业发展状况
    - (3) 政府政策支持力度
  - 3.4.3 粤派男装主要品牌
  - 3.4.4 粤派男装竞争优势
  - 3.4.5 粤派男装竞争策略
- 3.5 苏派男装竞争力分析
  - 3.5.1 苏派男装覆盖区域
  - 3.5.2 苏派男装发展环境
    - (1) 生产要素配置情况
    - (2) 相关产业发展状况
    - (3) 政府政策支持力度
  - 3.5.3 苏派男装主要品牌
  - 3.5.4 苏派男装竞争优势
  - 3.5.5 苏派男装竞争策略

## 第4章 中国男装行业竞争强度分析

### 4.1 波特五力模型概述

#### 4.1.1 波特五力模型简介

#### 4.1.2 波特五力模型构成

#### 4.1.3 波特五力模型评价

### 4.2 男装行业五力模型分析

#### 4.2.1 现有企业之间的竞争

##### (1) 国际男装市场格局

##### (2) 国内男装市场格局

#### 4.2.2 行业潜在进入者威胁

##### (1) 行业可能的进入者

##### (2) 影响企业进入的因素

##### (3) 潜在进入者威胁评价

#### 4.2.3 上游供应商议价能力

##### (1) 影响议价能力的因素分析

##### (2) 上游供应商议价能力评价

#### 4.2.4 下游客户议价能力

##### (1) 议价能力影响因素分析

##### (2) 下游客户议价能力评价

#### 4.2.5 行业替代品威胁

### 4.3 男装行业竞争强度评述

## 第5章 中国男装行业并购整合趋势分析

### 5.1 行业并购整合环境

### 5.2 行业并购整合情况

#### 5.2.1 国外并购情况分析

#### 5.2.2 国内并购总体情况

##### (1) 并购总金额

##### (2) 并购案件数

##### (3) 平均并购金额

#### 5.2.3 国内不同并购类型

##### (1) 国内并购

##### (2) 海外并购

##### (3) 外资并购

#### 5.2.4 PE/VC投资情况

#### 5.2.5 行业近期并购案例

### 5.3 行业并购整合特征

#### 5.3.1 行业并购整合目的

- (1) 实现多品牌
- (2) 通往高端化、国际化
- (3) 巩固、提升市场地位

#### 5.3.2 行业并购整合特征

- (1) 资本助力
- (2) 并购方式多样化
- (3) 跨国并购增多

### 5.4 行业并购整合趋势

#### 5.4.1 并购的机遇与挑战

- (1) 并购面临的机遇
- (2) 并购面临的挑战

#### 5.4.2 并购整合趋势分析

- (1) 并购数量预测
- (2) 并购主体预测
- (3) 并购方式预测

#### 5.4.3 并购的风险与对策

## 第6章 中国男装行业竞争趋势及策略分析

### 6.1 男装行业竞争趋势预判

#### 6.1.1 男装行业竞争趋势预判

#### 6.1.2 男装行业竞争核心要素

- (1) 品牌塑造与推广能力
- (2) 产品设计与品质保障
- (3) 渠道拓展与管理能力
- (4) 供应链整合能力
- (5) 企业管理能力

### 6.2 男装行业品牌运营及策略

#### 6.2.1 品牌成男装竞争主流

#### 6.2.2 男装品牌的塑造与营销

- (1) 男装品牌塑造策略
- (2) 男装品牌营销策略

- (3) 雅戈尔品牌战略研究
- 6.2.3 男装品牌延伸策略
  - (1) 男装品牌延伸的必要性
  - (2) 男装纷纷进行品牌延伸
  - (3) 男装品牌延伸两大方式
  - (4) 男装品牌延伸战略案例
  - (5) 男装品牌延伸策略建议
- 6.3 男装行业渠道扩张与管理策略
  - 6.3.1 男装企业渠道竞争现状分析
    - (1) 男装企业渠道扩张现状
    - (2) 男装企业渠道竞争特征
    - (3) 男装企业渠道平效分析
    - (4) 男装行业渠道拓展空间
    - (5) 男装行业渠道整合趋势
  - 6.3.2 男装企业销售模式选择
    - (1) 男装企业加盟模式分析
    - (2) 男装企业直营模式分析
    - (3) 男装企业电商渠道创新与建议
  - 6.3.3 男装行业渠道终端选择策略
    - (1) 男装行业渠道结构分析
    - (2) 男装商场专柜渠道分析
    - (3) 男装专卖店渠道分析
    - (4) 男装行业渠道终端选择
- 6.4 男装企业供应链管理策略
  - 6.4.1 渠道竞争演变为供应链竞争
  - 6.4.2 男装企业发动供应链变革战
    - (1) 九牧王：与IBM进行战略合作
    - (2) 七匹狼：ERP系统集合升级
    - (3) 劲霸：无线条码管理解决方案
    - (4) 柒牌：投建仓储物流中心
  - 6.4.3 男装企业供应链管理对策
    - (1) 优化环节，实现快速反应
    - (2) 运用延迟策略
    - (3) 供应链各点实现信息共享
    - (4) 建立战略合作伙伴关系



(5) 合理扩展销售渠道

第7章 国际男装品牌企业经营情况及在华竞争分析

7.1 国际男士正装品牌企业经营情况分析

7.1.1 法国切瑞蒂 (Cerruti1881)

- (1) 公司发展历程
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营业绩
- (4) 公司经营战略
- (5) 公司在华竞争
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

7.1.2 英国登喜路 (Dunhill)

- (1) 公司发展历程
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营业绩
- (4) 公司经营战略
- (5) 公司在华竞争
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

7.1.3 意大利杰尼亚 (Ermenegildo Zegna)

- (1) 公司发展历程
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营业绩
- (4) 公司经营战略
- (5) 公司在华竞争分析
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

7.2 国际男士商务休闲装品牌企业经营情况分析

7.2.1 英国雅格狮丹 (Aquascutum)

- (1) 公司发展历程
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营业绩
- (4) 公司经营战略
- (5) 公司在华竞争分析

(6) 公司投资并购情况

(7) 公司最新发展动向

#### 7.2.2 英国博柏利 ( Burberry )

(1) 公司发展历程

(2) 公司品牌与业务

(3) 公司经营业绩

(4) 公司经营战略

(5) 公司在华竞争分析

(6) 公司投资并购情况

(7) 公司最新发展动向

#### 7.2.3 美国拉夫·劳伦 ( Polo Ralph Lauren )

(1) 公司发展历程

(2) 公司品牌与业务

(3) 公司经营业绩

(4) 公司经营战略

(5) 公司在华竞争分析

(6) 公司投资并购情况

(7) 公司最新发展动向

### 7.3 国际男士一般休闲及运动品牌企业经营情况分析

#### 7.3.1 美国卡尔文·克莱恩 ( Calvin Klein )

(1) 公司发展历程

(2) 公司品牌与业务

(3) 公司经营业绩

(4) 公司经营战略

(5) 公司在华竞争分析

(6) 公司投资并购情况

(7) 公司最新发展动向

#### 7.3.2 意大利保鲨 ( Paul&Shark )

(1) 公司发展历程

(2) 公司品牌与业务

(3) 公司经营业绩

(4) 公司经营战略

(5) 公司在华竞争分析

(6) 公司投资并购情况

(7) 公司最新发展动向

### 7.3.3 美国汤米·希尔费格 (Tommy Hilfiger)

- (1) 公司发展历程
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营业绩
- (4) 公司经营战略
- (5) 公司在华竞争分析
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

## 第8章 中国男装品牌企业经营情况分析 (ZY CW)

### 8.1 中国男士正装领先企业经营情况分析

#### 8.1.1 罗蒙集团股份有限公司

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营策略
- (4) 公司财务分析
- (5) 公司经营优劣势
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

#### 8.1.2 宁波杉杉股份有限公司

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营策略
- (4) 公司财务分析
- (5) 公司经营优劣势
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

#### 8.1.3 浙江报喜鸟服饰股份有限公司

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营策略
- (4) 公司财务分析
- (5) 公司经营优劣势
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

#### 8.1.4 金利来集团有限公司

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营策略
- (4) 公司财务分析
- (5) 公司经营优劣势
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

#### 8.1.5 雅戈尔集团股份有限公司

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营策略
- (4) 公司财务分析
- (5) 公司经营优劣势
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

### 8.2 中国男士商务休闲装领先企业经营情况分析

#### 8.2.1 福建七匹狼实业股份有限公司

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营策略
- (4) 公司财务分析
- (5) 公司经营优劣势
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

#### 8.2.2 九牧王股份有限公司

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营策略
- (4) 公司财务分析
- (5) 公司经营优劣势
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

#### 8.2.3 劲霸男装股份有限公司

- (1) 公司发展简介

- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营策略
- (4) 公司财务分析
- (5) 公司经营优劣势
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

#### 8.2.4 福建柒牌集团有限公司

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营策略
- (4) 公司财务分析
- (5) 公司经营优劣势
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

#### 8.2.5 利郎（中国）有限公司

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营策略
- (4) 公司财务分析
- (5) 公司经营优劣势
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

### 8.3 中国男士一般休闲与运动装领先企业经营情况分析

#### 8.3.1 卡宾服饰（中国）有限公司

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营策略
- (4) 公司财务分析
- (5) 公司经营优劣势
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

#### 8.3.2 马克华菲（上海）商业有限公司

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营策略

- (4) 公司经营情况分析
- (5) 公司经营优劣势
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

#### 8.3.3 广东恒威集团有限公司

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营策略
- (4) 公司经营情况分析
- (5) 公司经营优劣势
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

#### 8.3.4 上海美特斯邦威服饰股份有限公司

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营策略
- (4) 公司财务分析
- (5) 公司经营优劣势
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

#### 8.3.5 浙江森马服饰股份有限公司

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司品牌与业务
- (3) 公司经营策略
- (4) 公司财务分析
- (5) 公司经营优劣势
- (6) 公司投资并购情况
- (7) 公司最新发展动向

### 8.4 中国男装电子商务品牌企业经营情况分析

#### 8.4.1 凡客诚品 (VANCL)

- (1) 公司发展历程
- (2) 公司主营业务
- (3) 公司品牌定位
- (4) 公司品牌营销
- (5) 公司经营业绩

- (6) 公司经营优劣势
- (7) 公司投资并购情况
- (8) 公司最新发展动向

#### 8.4.2 斯波帝卡 ( Sportica )

- (1) 公司发展历程
- (2) 公司主营业务
- (3) 公司品牌定位
- (4) 公司品牌营销
- (5) 公司经营业绩
- (6) 公司经营优劣势
- (7) 公司投资并购情况
- (8) 公司最新发展动向

#### 8.4.3 玛萨玛索 ( Masa Maso )

- (1) 公司发展历程
- (2) 公司主营业务
- (3) 公司品牌定位
- (4) 公司品牌营销
- (5) 公司经营业绩
- (6) 公司经营优劣势
- (7) 公司投资并购情况
- (8) 公司最新发展动向

#### 部分图表目录：

图表1：世界近现代男装发展

图表2：中国近现代男装发展

图表3：中国男装市场规模

图表4：2014-2016年全国男装零售额及零售量增速（单位：%）

图表5：2012-2016年男装市场品牌集中度（单位：%）

图表6：男裤市场集中度变化

图表7：男西装市场集中度变化

图表8：男衬衫市场集中度变化

图表9：2016年男装市场竞争格局（按品牌）

图表10：近几年男装排名变化

图表11：男装区域产业集群

图表12：波特五力模型

图表13：男装行业波特五力模型分析

图表14：2014-2016年中国纺织服装行业并购总金额

图表15：2014-2016年中国纺织服装行业并购案件数

图表16：2014-2016年中国纺织服装行业平均并购金额

图表17：国内男装品牌的多品类多系列格局

图表18：Hugo Boss的品牌延伸-水平延伸

图表19：Hugo Boss的品牌延伸-垂直延伸

图表20：Hugo Boss的品牌定位

图表21：Hugo Boss收入构成-按品牌

图表22：Armani的多品牌发展示意图

图表23：Armani品牌对不同层次消费群体的定位

图表24：Ralph Lauren的品牌延伸-水平延伸

图表25：Ralph Lauren的品牌延伸-垂直延伸

图表26：七匹狼品牌系列

图表27：报喜鸟多品牌家架构图

图表28：国内男装领先品牌店铺数量

图表29：国内外主要男装渠道平效比较

图表30：男装子行业渠道扩张空间

图表31：2016年男装网购市场规模

图表32：男装网购的季节性特征

图表33：男性网购服装三大关键词

图表34：2015年“双十一”淘宝男装销量TOP10全为传统线下品牌

图表35：传统男装品牌线上经营情况

图表36：男装传统品牌上线往往带有线下经营模式的烙印

图表37：男装淘品牌线上经营情况

图表38：国内男装各零售渠道销售额占比变动

图表39：商场专柜优劣分析

图表40：专卖店渠道优劣分析

图表41：不同品牌定位男装渠道策略

图表42：2012-2016年罗蒙集团股份有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表43：2012-2016年罗蒙集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表44：2012-2016年罗蒙集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表45：2012-2016年罗蒙集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表46：2012-2016年罗蒙集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表47：罗蒙集团股份有限公司优劣势分析



图表48：2012-2016年宁波杉杉股份有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表49：2012-2016年宁波杉杉股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表50：2012-2016年宁波杉杉股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表51：2012-2016年宁波杉杉股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表52：2012-2016年宁波杉杉股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表53：宁波杉杉股份有限公司优劣势分析

图表54：2012-2016年浙江报喜鸟服饰股份有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表55：2012-2016年浙江报喜鸟服饰股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表56：2012-2016年浙江报喜鸟服饰股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表57：2012-2016年浙江报喜鸟服饰股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表58：2012-2016年浙江报喜鸟服饰股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表59：浙江报喜鸟服饰股份有限公司优劣势分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201708/550881.html>