

2020-2026年中国男装行业市场消费调查及发展趋势分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国男装行业市场消费调查及发展趋势分析报告》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/201909/784577.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

男装，是指男性穿于身体起保护和装饰作用的服饰制品。包括上装和下装，男装会根据季节和个人的需求有不同的款式和作用。

我国男装市场集中持续提升，其中不乏新兴品牌的涌现。新旧品牌正呈现“神仙打架”之局面。

我国男装竞争格局与服装整体类似，一直以来集中度稳步上升，按公司市占率口径看，2012-2017年CR10由11.4%升至16.3%，CR5由7.3%升至11.7%。由于男性对时尚要求的多样性不及女性，男装时尚潮流感不及女装，正式商务男装更类似于标品，再加男性对运动服饰更加偏爱，使得男装集中度相比女装显著更高。

根据海澜之家2018年半年报，海澜之家2018年半年新开店门店475家，关店170家，净增305家。截止2018年6月末，门店总数6097家。以海澜之家的开店增长速度来看，本土男装企业正不断拓展市场，我国男装行业市场集中度延续稳步上升趋势是大概率事件，2018年CR10在17.5%左右。

2015-2018年中国男装市行业CR10情况

智研咨询发布的《2020-2026年中国男装行业市场消费调查及发展趋势分析报告》共九章。首先介绍了中国男装行业市场发展环境、男装整体运行态势等，接着分析了中国男装行业市场运行的现状，然后介绍了男装市场竞争格局。随后，报告对男装做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国男装行业发展趋势与投资预测。您若想对男装产业有个系统的了解或者想投资中国男装行业，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1章：男装行业发展综述

1.1 男装行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.1.3 行业在国民经济中的地位

1.2 男装行业统计标准

1.2.1 男装行业统计部门和统计口径

1.2.2 男装行业统计方法

1.2.3 男装行业数据种类

1.3 行业政策环境分析

1.3.1 行业相关政策动向

- (1) 出口退税调整
- (2) 美国CPSC阻燃新规
- (3) 纺织产品新国标
- (4) 服装家纺自主品牌建设相关政策
- (5) 纺织服装产业转移政策与动态

1.3.2 男装行业发展规划

- (1) 纺织工业调整和振兴规划
- (2) 纺织工业“十三五”发展规划

1.4 行业经济环境分析

1.4.1 国际宏观经济环境分析

- (1) 国际宏观经济现状
- (2) 国际宏观经济预测

1.4.2 国内宏观经济环境分析

- (1) 国内宏观经济现状
- (2) 国内宏观经济预测

1.5 行业技术环境分析

1.5.1 行业技术水平现状

1.5.2 行业技术特点分析

第2章：男装所属行业发展状况分析

2.1 男装行业发展状况分析

2.1.1 男装行业发展总体概况

2015-2018年中国男装市行业CR5情况

2.1.2 男装行业发展主要特点

2.1.3 男装所属行业经营情况分析

- (1) 行业规模指标
- (2) 盈利能力指标
- (3) 运营能力指标
- (4) 偿债能力指标
- (5) 发展能力指标

2.2 男装所属行业供需平衡分析

2.2.1 全国男装所属行业供给情况分析

- (1) 总产值分析

- (2) 产成品分析
- 2.2.2 各地区男装所属行业供给指标分析
 - (1) 总产值前十地区分析
 - (2) 产成品前十地区分析
- 2.2.3 男装所属行业需求指标分析
 - (1) 销售产值分析
 - (2) 销售收入分析
- 2.2.4 各地区男装行业需求指标分析
 - (1) 销售产值前十地区分析
 - (2) 销售收入前十地区分析
- 2.2.5 男装所属行业产销率分析
- 2.3 2015-2019年男装所属行业进出口分析
 - 2.3.1 2015-2019年男装所属行业进出口状况综述
 - 2.3.2 2015-2019年男装所属行业出口情况
 - (1) 2015-2019年所属行业出口总体情况
 - (2) 2015-2019年所属行业出口产品结构
 - (3) 2015-2019年男装所属行业出口前景分析
 - 2.3.3 2015-2019年男装所属行业进口情况分析
 - (1) 2015-2019年所属行业进口总体情况
 - (2) 2015-2019年行业进口产品结构
 - (3) 2015-2019年所属行业进口前景分析
- 第3章：男装行业产业链分析
 - 3.1 男装行业产业链简介
 - 3.2 行业上游供应链分析
 - 3.2.1 服装面料行业发展分析
 - (1) 服装面料生产情况
 - (2) 服装面料需求情况
 - (3) 服装面料产销趋势
 - 3.2.2 服装辅料行业发展分析
 - (1) 拉链行业发展分析
 - (2) 纽扣行业发展分析
 - 3.2.3 缝纫机械行业发展分析
 - (1) 缝纫机械行业发展概况
 - (2) 缝纫机械产品发展趋势
 - 3.3 行业下游产业链分析

3.3.1 男装消费主体分析

3.3.2 男装消费特征分析

(1) 消费场所偏好

(2) 消费类型偏好

(3) 消费影响因素

(4) 消费价格偏好

3.3.3 男装消费趋势分析

(1) 消费群体心理趋势

(2) 男装消费需求趋势

第4章：男装所属行业市场竞争状况分析

4.1 行业总体市场竞争状况分析

4.2 行业国际市场竞争状况分析

4.2.1 国际男装市场发展概况

(1) 美国男装市场

(2) 法国男装市场

(3) 意大利男装市场

(4) 英国男装市场

(5) 日本男装市场

(6) 俄罗斯男装市场

4.2.2 国际男装市场竞争状况分析

4.2.3 跨国公司在投资布局

(1) HUGOBOSS

(2) Zegna

(3) Dunhill

(4) Armani

4.3 行业国内市场竞争状况分析

4.3.1 国内男装行业市场规模分析

4.3.2 国内男装行业竞争格局分析

4.3.3 国内男装行业议价能力分析

4.3.4 国内男装行业潜在威胁分析

4.4 行业投资兼并与重组整合分析

4.4.1 国际男装企业投资兼并与重组整合

4.4.2 国内男装企业投资兼并与重组整合

4.4.3 男装行业投资兼并与重组整合特征判断

第5章：男装行业主要产品分析

5.1 行业主要产品结构特征

5.1.1 行业产品结构特征分析

5.1.2 行业产品市场发展概况

5.2 行业主要产品市场分析

5.2.1 男西装市场分析

(1) 市场发展概况

(2) 市场竞争格局

(3) 市场发展前景

5.2.2 男衬衫市场分析

(1) 市场发展概况

(2) 市场竞争格局

(3) 市场发展趋势

5.2.3 休闲服市场分析

(1) 市场发展概况

(2) 市场竞争格局

(3) 市场发展前景

5.2.4 运动服市场分析

(1) 市场发展概况

(2) 市场竞争格局

5.2.5 T恤衫市场分析

(1) 市场发展概况

(2) 市场竞争格局

5.2.6 羊毛衫市场分析

(1) 市场发展概况

(2) 市场竞争格局

5.2.7 配饰市场分析

(1) 领带市场分析

(2) 皮带市场分析

(3) 皮包市场分析

5.3 行业产品设计分析

5.3.1 男装设计意义分析

5.3.2 男装设计风格分析

(1) 古典与前卫

(2) 怀旧与现代

(3) 女性元素与男性元素

(4) 运动休闲与优雅

5.3.3 男装设计策略分析

第6章：男装市场销售渠道与发展策略分析

6.1 男装销售渠道分析

6.1.1 男装销售渠道发展概况

6.1.2 男装销售细分渠道分析

(1) 百货商场

(2) 购物中心/主题百货

(3) 专卖连锁

(4) 大型超市

(5) 服装批发市场

(6) 网络销售

(7) 展会

6.1.3 男装销售渠道发展趋势

6.2 男装营销策略分析

6.2.1 品牌营销策略

(1) 品牌营销概念介绍

(2) 品牌营销创新模式

(3) 品牌营销策略分析

6.2.2 文化营销策略

(1) 文化营销概念介绍

(2) 文化营销现存问题

(3) 文化营销策略分析

6.2.3 视觉营销策略

(1) 视觉营销概念介绍

(2) 视觉营销意义分析

(3) 视觉营销因素分析

(4) 视觉营销策略分析

6.3 男装典型案例分析

6.3.1 海澜之家创新模式分析

(1) SPA型零售模式分析

(2) 异行业零售模式分析

(3) 对男装企业品牌营销的启示

6.3.2 雅戈尔品牌战略分析

(1) 品牌形象重塑

(2) 品牌标识创意

(3) 品牌传播策略

(4) 品牌资产形成

6.3.3 Zegna营销案例分析

(1) 品牌定位分析

(2) 渠道策略分析

(3) 线上传播分析

第7章：男装行业重点区域市场分析

7.1 行业总体区域结构特征分析

7.1.1 行业区域结构总体特征

7.1.2 行业区域集中度分析

7.1.3 行业区域分布特点分析

7.1.4 行业规模指标区域分布分析

7.1.5 行业效益指标区域分布分析

7.1.6 行业企业数的区域分布分析

7.2 广东省男装行业发展分析

7.2.1 广东省男装行业在行业中的地位变化

7.2.2 广东省男装行业经济运行状况分析

7.2.3 广东省男装行业发展趋势预测

7.3 浙江省男装行业发展分析

7.3.1 浙江省男装行业在行业中的地位变化

7.3.2 浙江省男装行业经济运行状况分析

7.3.3 浙江省男装行业发展趋势预测

7.4 江苏省男装行业发展分析

7.4.1 江苏省男装行业在行业中的地位变化

7.4.2 江苏省男装行业经济运行状况分析

7.4.3 江苏省男装行业发展趋势预测

7.5 福建省男装行业发展分析

7.5.1 福建省男装行业在行业中的地位变化

7.5.2 福建省男装行业经济运行状况分析

7.5.3 福建省男装行业发展趋势预测

7.6 山东省男装行业发展分析

7.6.1 山东省男装行业在行业中的地位变化

7.6.2 山东省男装行业经济运行状况分析

7.6.3 山东省男装行业发展趋势预测

7.7 上海市男装行业发展分析

7.7.1 上海市男装行业在行业中的地位变化

7.7.2 上海市男装行业经济运行状况分析

7.7.3 上海市男装行业发展趋势预测

7.8 湖北省男装行业发展分析

7.8.1 湖北省男装行业在行业中的地位变化

7.8.2 湖北省男装行业经济运行状况分析

7.8.3 湖北省男装行业发展趋势预测

7.9 江西省男装行业发展分析

7.9.1 江西省男装行业在行业中的地位变化

7.9.2 江西省男装行业经济运行状况分析

7.9.3 江西省男装行业发展趋势预测

7.10 湖南省男装行业发展分析

7.10.1 湖南省男装行业在行业中的地位变化

7.10.2 湖南省男装行业经济运行状况分析

7.11 辽宁省男装行业发展分析

7.11.1 辽宁省男装行业在行业中的地位变化

7.11.2 辽宁省男装行业经济运行状况分析

7.11.3 辽宁省男装行业发展趋势预测

第8章：男装行业主要企业生产经营分析

8.1 男装企业发展总体状况分析

8.1.1 男装行业企业规模情况

8.1.2 男装行业销售收入和利润

8.1.3 主要男装企业创新能力分析

8.2 男装行业领先企业个案分析

8.2.1 海澜集团公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

8.2.2 雅戈尔集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

8.2.3 大连大杨创世股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

8.2.4 江苏红豆实业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

8.2.5 希努尔男装股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

8.2.6 罗蒙集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

8.2.7 宁波杉杉股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

8.2.8 浙江报喜鸟服饰股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

8.2.9 福建柒牌集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

8.2.10 步森集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

第9章：男装行业发展趋势分析与前景预测（ZY GXH）

9.1 男装市场发展趋势与前景

- 9.1.1 男装市场发展趋势分析
- 9.1.2 男装市场发展前景预测

9.2 男装行业投资特性分析

- 9.2.1 男装行业进入壁垒分析
- 9.2.2 男装行业盈利模式分析
- 9.2.3 男装行业盈利因素分析

9.3 男装行业投资风险分析

- 9.3.1 男装行业政策风险
- 9.3.2 男装行业研发风险
- 9.3.3 男装行业供求风险
- 9.3.4 男装行业宏观经济波动风险
- 9.3.5 男装行业关联产业风险
- 9.3.6 男装行业产品结构风险
- 9.3.7 企业生产规模及所有制风险
- 9.3.8 男装行业其他风险

9.4 男装行业投资建议分析

- 9.4.1 男装行业投资现状分析
- 9.4.2 男装行业主要投资建议（ZY GXH）

图表目录：

图表1：2015-2019年男装行业工业总产值及占GDP的比重（单位：万元，%）

图表2：2015-2019年纺织、服装出口退税率调整情况（单位：%）

图表3：男装类出口退税率（单位：%）

图表4：2015-2019年美国经济数据及预测（单位：%）

图表5：2015-2019年欧洲经济数据及预测（单位：%）

图表6：2015-2019年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表7：2015-2019年工业增加值月度同比增长速度（单位：%）

图表8：固定资产投资额累计增长情况（单位：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201909/784577.html>