

2018-2024年中国男装行业分析与投资决策咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国男装行业分析与投资决策咨询报告》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/201808/668891.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

中国男士已变得更为注重风格与时尚，更加愿意对自己的外表进行投资。在2016-2020年的预测期间，预计中国男装市场将保持复合年增长率13.1%的稳定增长。2017年男装市场的零售规模达到了6761亿元；2020年，男装市场的零售规模预计将达到9793亿元。

2011-2017年中国男装行业市场规模

资料来源：智研咨询整理

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

第一章 2014-2018年国际男装市场发展分析

1.1 国际男装市场发展总析

1.1.1 行业发展轨迹

1.1.2 市场发展现状

1.1.3 典型商业模式评析

1.2 意大利男装产业发展分析

1.2.1 行业产销状况

1.2.2 市场消费格局

1.2.3 对外贸易状况

1.3 其他主要国家男装市场的发展

1.3.1 法国

1.3.2 俄罗斯

1.3.3 加拿大

1.3.4 印度

第二章 2014-2018年中国男装产业发展环境分析

2.1 经济环境分析

2.1.1 全球经济发展形势

2.1.2 全球经济环境对中国的影响

2.1.3 中国宏观经济发展现状

2.1.4 中国宏观经济发展趋势

2.2 社会环境分析

2.2.1 人口环境分析

2.2.2 收入及消费水平

2.2.3 教育状况分析

2.3 政策环境分析

2.3.1 行业监管体系

2.3.2 主要法律法规

第三章 2013-2018年中国男装市场深度分析

3.1 中国男装市场发展综析

3.1.1 产业发展轨迹

3.1.2 市场发展态势

3.1.3 市场规模状况

2017年男装市场的零售规模达到了6761亿元；2020年，男装市场的零售规模预计将达到9793亿元。

2011-2017年中国男装行业市场规模

资料来源：智研咨询整理

3.1.4 市场集中度分析

3.1.5 市场需求变化状况

3.1.6 市场消费者分析

3.2 男装资本市场发展动态

3.2.1 企业上市必要性

3.2.2 企业上市情况

3.3 中国男装市场营销分析

3.3.1 男装市场兴起跨界营销

3.3.2 男装进入精细化管理时代

3.3.3 中国男装营销的误区

3.3.4 闽派男装营销成功之借鉴

3.3.5 未来男装市场营销趋向

3.4 中国男装行业面临的挑战

3.4.1 创新能力弱

3.4.2 渠道合作匮乏

3.4.3 同质化现象严重

3.5 男装市场发展策略分析

3.5.1 与时俱进占领Shopping malls

3.5.2 抓住男装时尚内涵本质

3.5.3 准确定位顾客产品风格

3.5.4 提升对VIP客户的培育方式

3.5.5 线下线上结合发展

第四章 2013-2018年中国男装热点细分行业分析

4.1 男西装市场发展分析

4.1.1 市场整体发展概况

4.1.2 市场集中度现状

4.1.3 市场竞争状况

4.1.4 高端市场消费主体

4.2 男衬衫市场发展分析

4.2.1 市场发展概况

4.2.2 市场集中度状况

4.2.3 消费者调查分析

4.3 男士内衣市场分析

4.3.1 市场发展态势

4.3.2 市场消费特征

4.3.3 市场品牌格局

4.3.4 品牌打造策略

4.4 商务休闲男装市场发展分析

4.4.1 市场发展概况

4.4.2 市场差异化策略

4.4.3 市场发展潜力分析

4.5 休闲男装市场发展分析

4.5.1 市场总体分析

4.5.2 市场规模状况

4.6 领带市场发展分析

4.6.1 行业发展概况

4.6.2 产业集群分析

4.6.3 市场品牌格局

4.6.4 行业标准状况

4.6.5 行业发展方向

第五章 2013-2018年中国男装产业集群分析

5.1 中国男装产业集群整体分析

5.1.1 产业集群分布状况

5.1.2 产业集群特征

5.2 温州男装产业的发展

5.2.1 行业发展轨迹

5.2.2 行业发展现状

5.2.3 批发市场格局

5.2.4 高端市场的发展

5.2.5 行业的转型方向

5.3 泉州男装产业的发展

5.3.1 行业发展轨迹

5.3.2 专业市场状况

5.3.3 电子商务的拓展

5.3.4 行业发展动态

5.4 福建男装产业的发展

5.4.1 行业发展概况

5.4.2 企业资本市场状况

5.4.3 市场发展动态

5.4.4 企业发展的建议

5.5 其他地区男装产业的发展

5.5.1 惠州

5.5.2 北京

5.5.3 山东

5.5.4 宁波奉化

第六章 2013-2018年中国男装主要产品进出口状况分析

6.1 男式便服套装

6.1.1 2013-2018年中国男式便服套装进出口总量分析

6.1.2 2018年主要省市男式便服套装进出口情况分析

6.1.3 2018年主要贸易国男式便服套装进出口情况分析

6.2 男式西服

6.2.1 2013-2018年中国男式西服进出口总量分析

6.2.2 2018年主要省市男式西服进出口情况分析

6.2.3 2018年主要贸易国男式西服进出口情况分析

6.3 男式上衣

6.3.1 2013-2018年中国男式上衣进出口总量分析

6.3.2 2018年主要省市男式上衣进出口情况分析

6.3.3 2018年主要贸易国男式上衣进出口情况分析

6.4 男衬衫

6.4.1 2013-2018年中国男衬衫进出口总量分析

- 6.4.2 2018年主要省市男衬衫进出口情况分析
- 6.4.3 2018年主要贸易国男衬衫进出口情况分析
- 6.5 男裤
 - 6.5.1 2013-2018年中国男裤进出口总量分析
 - 6.5.2 2018年主要省市男裤进出口情况分析
 - 6.5.3 2018年主要贸易国男裤进出口情况分析
- 6.6 男式内衣
 - 6.6.1 2013-2018年中国男式内衣进出口总量分析
 - 6.6.2 2018年主要省市男式内衣进出口情况分析
 - 6.6.3 2018年主要贸易国男式内衣进出口情况分析
- 6.7 领带及领结
 - 6.7.1 2013-2018年中国领带及领结进出口总量分析
 - 6.7.2 2018年主要省市领带及领结进出口情况分析
 - 6.7.3 2018年主要贸易国领带及领结进出口情况分析
- 6.8 男式游泳服
 - 6.8.1 2013-2018年中国男式游泳服进出口总量分析
 - 6.8.2 2018年主要省市男式游泳服进出口情况分析
 - 6.8.3 2018年主要贸易国男式游泳服进出口情况分析
- 第七章 2013-2018年中国男装市场品牌分析
 - 7.1 男装市场品牌发展解析
 - 7.1.1 市场品牌态势
 - 7.1.2 市场品牌格局状况
 - 7.1.3 品牌国际化状况
 - 7.2 中国男装品牌的主要运营模式
 - 7.2.1 顺美模式
 - 7.2.2 雅戈尔模式
 - 7.2.3 杉杉模式
 - 7.2.4 七匹狼模式
 - 7.3 男装企业多品牌运营分析
 - 7.3.1 男装企业多品牌运营状况
 - 7.3.2 闽派男装均酝酿新品牌
 - 7.3.3 男装子品牌运营模式
 - 7.4 中国男装品牌发展的创新策略分析
 - 7.4.1 产品创新
 - 7.4.2 销售模式创新

7.4.3 品牌传播创新

第八章 中国男装市场竞争态势深度剖析

8.1 男装市场竞争力分析

8.1.1 中日竞争模式对比

8.1.2 市场竞争态势分析

8.1.3 企业核心竞争力探讨

8.1.4 打造核心竞争力的对策

8.2 男装市场跨界竞争格局

8.2.1 网络女装品牌进军男装市场

8.2.2 羽绒服巨头布局男装市场

8.2.3 医药企业跨界争夺男装市场

8.2.4 运动鞋企业跨界抢滩男装市场

8.3 外资男装品牌抢滩国内市场状况

8.3.1 国际品牌抢滩国内男装市场

8.3.2 Corneliani进入国内男装市场

8.3.3 T·W·D男装品牌开拓国内市场

8.3.4 意大利知名男装品牌进军国内市场

8.4 男装市场竞争策略

8.4.1 设计成国内男装品牌抢滩市场利器

8.4.2 中国元素成中西方设计之争

第九章 2013-2018年中国男装市场销售渠道分析

9.1 中国男装市场主要销售渠道分析

9.1.1 商场

9.1.2 专卖店

9.1.3 批发市场

9.1.4 电子商务

9.1.5 主要销售渠道占比

9.2 中国重点男装品牌市场渠道布局状况

9.2.1 利郎

9.2.2 九牧王

9.2.3 七匹狼

9.3 中国男装市场电子商务渠道分析

9.3.1 男装电商市场特征

9.3.2 男装电商平台分布

9.3.3 男装主要网络品牌

9.3.4 男装电商进入机会

9.4 主要男装品牌电子商务渠道开发分析

9.4.1 七匹狼

9.4.2 杉杉股份

9.4.3 九牧王

9.4.4 劲霸

9.4.5 主要品牌电商对比

9.5 商场渠道引进男装品牌的分析

9.5.1 商场男装区的发展

9.5.2 大众快时尚类男装品牌

9.5.3 男装多品牌集合店

9.5.4 国外中高端男装品牌

9.5.5 男装设计师品牌

9.5.6 男装定制品牌

第十章 2013-2018年国际男装优势企业发展分析

10.1 Kering集团

10.1.1 公司简介

10.1.2 企业经营状况

10.1.3 企业发展动态

10.1.4 企业发展战略

10.2 Dolce & Gabbana

10.2.1 公司简介

10.2.2 企业经营状况

10.2.3 企业发展动态

10.2.4 企业发展战略

10.3 HUGO BOSS

10.3.1 公司简介

10.3.2 企业经营状况

10.3.3 企业发展动态

10.3.4 企业发展战略

10.4 Christian Dior Group

10.4.1 公司简介

10.4.2 企业经营状况

10.4.3 企业发展动态

10.4.4 企业发展战略

第十一章 2014-2018年国内男装领先企业分析

11.1 雅戈尔集团股份有限公司

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 经营效益分析

11.1.3 业务经营分析

11.1.4 财务状况分析

11.1.5 未来前景展望

11.2 江苏红豆实业股份有限公司

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 经营效益分析

11.2.3 业务经营分析

11.2.4 财务状况分析

11.2.5 未来前景展望

11.3 宁波杉杉股份有限公司

11.3.1 企业发展概况

11.3.2 经营效益分析

11.3.3 业务经营分析

11.3.4 财务状况分析

11.3.5 未来前景展望

11.4 福建七匹狼实业股份有限公司

11.4.1 企业发展概况

11.4.2 经营效益分析

11.4.3 业务经营分析

11.4.4 财务状况分析

11.4.5 未来前景展望

11.5 报喜鸟控股股份有限公司

11.5.1 企业发展概况

11.5.2 经营效益分析

11.5.3 业务经营分析

11.5.4 财务状况分析

11.5.5 未来前景展望

第十二章 中国男装企业转型调整态势及策略分析

12.1 男装企业转型调整的必要性分析

12.1.1 市场不景气

12.1.2 面临“关店潮”

- 12.1.3 旺季不旺的困惑
- 12.2 男装市场转型态势分析
 - 12.2.1 跨界调整成共识
 - 12.2.2 行业转型现状
- 12.3 男装企业转型发展策略分析
 - 12.3.1 寻找综合竞争优势
 - 12.3.2 转投热门行业
 - 12.3.3 行业转型思路
 - 12.3.4 转型调整趋向
- 12.4 重点企业转型案例分析
 - 12.4.1 红豆股份
 - 12.4.2 九牧王
 - 12.4.3 雅戈尔
 - 12.4.4 金利来
 - 12.4.5 阿仕顿
- 第十三章 中国男装行业投资及前景趋势分析（ZYYZ）
 - 13.1 中国男装行业投资分析
 - 13.1.1 男装行业进入门槛
 - 13.1.2 男装行业融资动态
 - 13.1.3 男装投资可行性分析
 - 13.1.4 我国男装市场投资机遇
 - 13.1.5 商务休闲男装具备投资潜力
 - 13.1.6 男装行业投资建议
 - 13.2 中国男装市场的发展趋势及前景
 - 13.2.1 产业发展新趋势
 - 13.2.2 市场消费趋势
 - 13.2.3 品牌企业发展趋势
 - 13.2.4 高端市场发展潜力
 - 13.3 2018-2024年中国男装市场发展预测分析
 - 13.3.1 影响因素分析（ZYYZ）
 - 13.3.2 销售规模预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201808/668891.html>