

# 2020-2026年中国男装产业 深度调研与发展前景分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国男装产业深度调研与发展前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/B88477J3QD.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、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：智研数据研究中心整理 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 2014-2019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 2014-2019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 2013-2019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：智研数据研究中心整理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 malls3.5.2 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 2013-2019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 2013-2019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  
2013-2019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 2013-2019年中国男式便服  
套装进出口总量分析6.1.2 2019年主要省市男式便服套装进出口情况分析6.1.3 2019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 2013-2019年中国男式西服进出口总量分  
析6.2.2 2019年主要省市男式西服进出口情况分析6.2.3 2019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 2013-2019年中国男式上衣进出口总量分析6.3.2 2019年主要省市男式上衣  
进出口情况分析6.3.3 2019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 2013-2019年中  
国男衬衫进出口总量分析6.4.2 2019年主要省市男衬衫进出口情况分析6.4.3 2019年主要贸易国  
男衬衫进出口情况分析6.5 男裤6.5.1 2013-2019年中国男裤进出口总量分析6.5.2 2019年主要省市  
男裤进出口情况分析6.5.3 2019年主要贸易国男裤进出口情况分析6.6 男式内衣6.6.1 2013-2019年  
中国男式内衣进出口总量分析6.6.2 2019年主要省市男式内衣进出口情况分析6.6.3 2019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 2013-2019年中国领带及领结进出口总量分  
析6.7.2 2019年主要省市领带及领结进出口情况分析6.7.3 2019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 2013-2019年中国男式游泳服进出口总量分析6.8.2 2019年主要省市  
男式游泳服进出口情况分析6.8.3 2019年主要贸易国男式游泳服进出口情况分析 第七章  
2013-2019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&bull;W&bull;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 2013-2019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 2013-2019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 & Gabbana10.2.1 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 BOSS10.3.1 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 Group10.4.1 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 2014-2019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 2020-2026年中国男装市场发展预测分析13.3.1 影响因素分析13.3.2 销售规模预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/B88477J3QD.html>