

# 2016-2022年中国男装行业 深度调研与投资风险报告

## 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

《2016-2022年中国男装行业深度调研与投资风险报告》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/C97161WO18.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

中国男装产业的发展与中国改革开放的进程是同步的，从最初的委托加工到20世纪90年代出现的爆发式品牌化发展，再到现今已经拥有自主研发、销售能力。中国男装产业已经形成了包括以江浙沪地区的上海、宁波、温州为代表的“浙派”男装产业集群，以闽东南的晋江、石狮为代表的“闽派”男装产业集群，以及借助港、澳等海外优势而独立成长的粤南珠三角男装产业集群。

随着经济的发展，男性对服装的消费意识越来越注重，在购买服装和配饰上的消费支出逐渐增大，对服装的需求也呈现多样化。男装市场容量的扩大，导致众多企业争食这一蛋糕，市场竞争激烈。由于男装市场的快速发展，市场供给大于需求以及产品的同质化严重等原因，导致了业内库存压力大，众多上市企业纷纷亏损，因此男装企业在寻求转型调整的道路。

相对于女装市场，男装市场与其存在异同点。不同之处是由于男性的忠诚度较高，男装市场集中度相对较高，且国产品牌的市场占有率相对较高；另外，男装企业热衷于上市融资，上市企业多达十几家，2014年上半年就有虎都和诺奇两家企业赴港上市，与女装企业形成了鲜明对比。相同点是，男女装企业都重视电子商务渠道的拓展，利郎、雅戈尔、七匹狼等传统品牌纷纷在电商平台开设旗舰店、开辟线上子品牌，此外电商还衍生出像凡客、斯波帝卡、花笙记、NOP等网络原创品牌。

随着休闲潮流渗透到正装领域，商务休闲装在男装中市场份额逐渐提升。庞大的商务男装消费群体和日益增加的国际和国内商务与社交活动，以及不断成长的中产阶级的出现构成了商务休闲男装市场的三大关键推动力。未来商务休闲装、私人定制将成为男装市场的发展热点。

《2016-2022年中国男装行业深度调研与投资风险报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了男装行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国男装做了重点企业经营状况分析，并分析了中国男装行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 报告目录：

### 第一章 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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
- 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(ZYXH)
  - 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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015年6月中国男式便服套装进出口总量分析
  - 6.1.2 2012-2015年6月主要省市男式便服套装进出口情况分析
  - 6.1.3 2012-2015年6月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 2012-2015年6月中国男式西服进出口总量分析
  - 6.2.2 2012-2015年6月主要省市男式西服进出口情况分析
  - 6.2.3 2012-2015年6月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 2012-2015年6月中国男式上衣进出口总量分析
  - 6.3.2 2012-2015年6月主要省市男式上衣进出口情况分析
  - 6.3.3 2012-2015年6月主要贸易国男式上衣进出口情况分析
- 6.4 男衬衫
  - 6.4.1 2012-2015年6月中国男衬衫进出口总量分析

- 6.4.2 2012-2015年6月主要省市男衬衫进出口情况分析
- 6.4.3 2012-2015年6月主要贸易国男衬衫进出口情况分析
- 6.5 男裤
  - 6.5.1 2012-2015年6月中国男裤进出口总量分析
  - 6.5.2 2012-2015年6月主要省市男裤进出口情况分析
  - 6.5.3 2012-2015年6月主要贸易国男裤进出口情况分析
- 6.6 男式内衣
  - 6.6.1 2012-2015年6月中国男式内衣进出口总量分析
  - 6.6.2 2012-2015年6月主要省市男式内衣进出口情况分析
  - 6.6.3 2012-2015年6月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 2012-2015年6月中国领带及领结进出口总量分析
  - 6.7.2 2012-2015年6月主要省市领带及领结进出口情况分析
  - 6.7.3 2012-2015年6月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 2012-2015年6月中国男式游泳服进出口总量分析
  - 6.8.2 2012-2015年6月主要省市男式游泳服进出口情况分析
  - 6.8.3 2012-2015年6月主要贸易国男式游泳服进出口情况分析

## 第七章 2012-2015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 2012-2015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(ZYXH)
  - 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 2012-2015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 HUGOBOSS
  - 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 ChristianDiorGroup
  - 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 2012-2015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 浙江报喜鸟服饰股份有限公司
  - 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 2016-2022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

#### 图表目录：

图表 2011-2013年七国集团GDP增长率

图表 2011-2013年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率

图表 2013年全球及主要经济体制造业和服务业PMI

图表 2013年全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数

图表 2009-2013年国内生产总值及其增长速度

图表 2009-2013年城镇新增就业人数

图表 2009-2013年国内生产总值与全部就业人员比率

图表 2013年居民消费价格月度涨跌幅度

图表 2013年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 2013年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/C97161WO18.html>