

2017-2022年中国男装品牌 市场深度评估与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国男装品牌市场深度评估与投资方向研究报告》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/F29847PNRV.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

男装品牌经过多年的发展和积淀，在正装、商务、休闲、运动、户外等风格上形成了全品类系列化的品牌格局。这些品牌不仅规模化市场化发展，而且具有各自的运营模式和发展特点。不仅大众品牌规模化发展，设计师品牌也渐成气候，而且男装网络品牌也开始风生水起。在我国男装品牌创新、转型、升级过程中，男装市场的个性需求差异化，产品品种多元化，产品流行周期缩短化，市场渠道多元化，企业运营程序化，企业集团多品牌国际化，高级定制品牌发力市场等创新驱动，使男装产业市场和企业品牌之间的竞争更加激烈。

在专业市场中，品牌孵化型、营销集散型、特色单品型、展贸中心型、旅游购物型等传统格局的市场关系逐渐改变，市场的专业化服务能力持续加强，有形市场与电子商务等无形市场正在逐渐结合紧密。在实体店零售业态中，百货商场、专卖店、大型超市、品牌折扣店、购物中心等男装品牌逐渐准确定位和讲求实效。新兴线上零售男装迅速发展，主要以时尚、休闲为主。多渠道销售顺应了消费者的需求，呈现线上线下双向发展，线上线下寻找平衡点，企业和品牌进行各种资源整合，多渠道融合将成为零售业常态。

随着信息技术的发展，我国男装产业信息化应用在不断完善逐渐成熟，正在构建适合男装产业技术管理的信息化系统。企业单项业务环节信息化应用技术基本完善，男装产业个性化定制技术逐渐成熟，电子商务技术促进实体商业空间与网络的融合，二维码技术在男装产业的应用推广，信息技术已经基本覆盖研发、设计、生产、营销等各个环节，电子商务技术的发展以及互联网技术的创新更是支撑企业信息化应用突破企业边界、形成与社会资源相结合的发展趋势。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国男装品牌市场深度评估与投资方向研究报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

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) 2013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) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.1.2 英国登喜路 (Dunhill)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.1.3 意大利杰尼亚 (Ermenegildo Zegna)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.1.4 德国波士 (Hugo Boss)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.1.5 意大利乔治·阿玛尼 (Giorgio Armani)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.1.6 意大利卡纳利 (Canali)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.1.7 意大利沙驰 (Satchi)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.1.8 意大利华斯度 (VASTO)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.1.9 日本都本 (D'urban)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.1.10 英国肯迪文 (Kent&Curwe)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.1.11 意大利詹弗兰科•费雷 (Gianfranco Ferre)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

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) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.2 英国博柏利 (Burberry)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.3 美国拉夫•劳伦 (Polo Ralph Lauren)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.4 意大利古驰 (gucci)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.5 法国迪奥•桀傲 (Dior Homme)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.6 美国苹果 (Apple)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.7 法国杰斯卡 (GXG)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.8 意大利卡尔丹顿 (KALTENDIN)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.9 法国皮尔卡丹 (Pierre Cardin)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.10 意大利杜嘉班纳 (DOLCE&GABBANA)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.11 英国博斯绅威 (BOSSUNWEN)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.12 意大利圣宝龙 (SAINTPAULON)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.13 意大利范思哲 (VERSACE)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.14 法国纪梵希 (Givenchy)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.15 法国鳄鱼 (LACOSTE SA)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.16 意大利爵士丹尼 (a.Jesdani)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.17 意大利梵思诺 (VERSINO)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.18 法国爱马仕 (Hermès)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.2.19 意大利啄木鸟 (TUCANO)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

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) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

7.3.2 意大利保鲨 (Paul&Shark)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.3.3 美国汤米•希尔费格 (Tommy Hilfiger)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.3.4 美国李维斯 (Levi's)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.3.5 美国Lee

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.3.6 西班牙ZARA

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.3.7 丹麦杰克琼斯 (JACK&JONES)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.3.8 德国阿迪达斯 (adidas)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.3.9 美国耐克 (NIKE)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.3.10 意大利卡帕 (KAPPA)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.3.11 德国彪马 (PUMA)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.3.12 美国哥伦比亚 (Columbia)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

7.3.13 日本美津浓 (MIZUNO)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

第8章：中国男装品牌企业经营情况分析

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) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.1.2 宁波杉杉股份有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.1.3 浙江报喜鸟服饰股份有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.1.4 金利来集团有限公司

- (1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.5 雅戈尔集团股份有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.6 江苏红豆实业股份有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.7 虎都（中国）服饰有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.8 浙江步森服饰股份有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.9 湖北美尔雅股份有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.10 希努尔男装股份有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.11 大连大杨创世股份有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.12 常州普灵仕制衣有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.13 浙江乔治白服饰股份有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.14 法派集团有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.15 江苏虎豹集团有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.16 才子服饰股份有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.17 宁波洛兹集团有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.18 庄吉集团有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.19 长兴国际（集团）控股有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.20 上海海螺服饰有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.21 上海培罗蒙西服公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.22 青岛红领服饰股份有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.23 乔顿集团有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.24 宁波培罗成集团有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.25 佛山市顺德区胜百利服装有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.1.26 北京威克多制衣中心

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

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) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.2.2 九牧王股份有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.2.3 劲霸男装股份有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.2.4 福建柒牌集团有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.2.5 利郎（中国）有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.2.6 太子龙控股集团有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.2.7 广州卡奴迪路服饰股份有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.2.8 海澜之家服饰股份有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.2.9 石狮市大帝集团有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.2.10 福建省爱都阳光服饰有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.2.11 福建石狮市富贵鸟集团有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.2.12 福建诺奇股份有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.2.13 波司登国际控股有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.2.14 石狮市爱登堡制衣发展有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.2.15 汤尼威尔（上海）服饰有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.2.16 广东波顿时装有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.2.17 山东岱银纺织集团股份有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.2.18 东莞七好服饰有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

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) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.2 马克华菲（上海）商业有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.3 广东恒威集团有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.4 上海美特斯邦威服饰股份有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.5 浙江森马服饰股份有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.6 德永佳集团有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.7 旭日企业有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.8 东莞市以纯集团有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.9 温州市拜丽德集团有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.10 堡狮龙国际集团有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.11 佐丹奴国际有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.12 山西百圆裤业连锁经营股份有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.13 广东百斯盾服饰有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.14 北京探路者户外用品股份有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.15 李宁有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.16 安踏体育用品有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.17 乔丹体育股份有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.18 鸿星尔克体育用品有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.19 匹克体育用品有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.20 特步国际控股有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.3.21 贵人鸟股份有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

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) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司经营优劣势分析

8.4.2 斯波帝卡 (Sportica)

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.4.3 玛萨玛索 (Masa Maso)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.4.4 Justyle

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.4.5 零号男 (MR.ZERO)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.4.6 衣品天成 (Eptison)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

8.4.7 迪尔马奇 (DEERE MARCHI)

(1) 公司发展简况分析

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司经营优劣势分析

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4：2010-2016年全国男装零售额及零售量增速（单位：%）

图表5：2010-2016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：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14：2010-2016年中国纺织服装行业并购总金额

图表15：2010-2016年中国纺织服装行业并购案件数

图表16：2010-2016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

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/F29847PNRV.html>