

2017-2022年中国男装行业 分析与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国男装行业分析与投资潜力分析报告》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/X05043OKL5.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

男装是指男性穿于人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不同有不同的款式和作用。

2011年至2015年，中国男装市场由人民币3021亿元快速扩张至人民币5,255亿元，于短短四年来增加超过人民币2000亿元。于2015年至2020年的预测期间，预期中国男装市场将按13.3%的复合年增长率保持稳定增长。预测中国男装市场的零售额于2020年将达人民币9793亿元。中国已经成为世界最大的服装消费市场之一，其中男装作为服装产业中的一大门类，在整个服装产业中占有重要地位，过去几年男装行业年复合增长率达到17%，这个数字远高于服装行业的整体增长速度。

2011-2015年中国男装行业市场规模

2009-2015年我国男装网购市场规模总体上保持上升趋势。2015年，我国男装网购市场规模为1202.7亿元。

2009-2015年中国男装网购市场规模

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国男装行业分析与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了男装相关概念及发展环境，接着分析了中国男装规模及消费需求，然后对中国男装市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国男装面临的机遇及发展前景。您若想对中国男装有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章 男装行业相关概述

1.1 男装行业定义及特点

1.1.1 男装行业的定义

1.1.2 男装行业产品/服务特点

1.2 男装行业经营模式分析

1.2.1 生产模式

1.2.2 采购模式

1.2.3 销售模式

第二章 男装行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.2 进入本行业的主要障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2014-2016年中国男装行业发展环境分析

3.1 男装行业法律环境

3.2 男装行业经济环境分析

3.2.1 全球宏观经济形势

3.2.2 我国宏观经济形势

3.2.3 宏观经济对男装行业的影响

3.3 男装行业社会环境分析

3.3.1 人口环境分析

3.3.2 收入及消费水平

3.3.3 教育状况分析

第四章 全球男装行业发展概述

4.1 2014-2016年全球男装行业发展情况概述

4.1.1 全球男装发展轨迹

4.1.2 全球男装发展现状

4.2 2014-2016年全球主要地区男装行业发展状况

- 4.2.1 意大利
- 4.2.2 美国
- 4.2.3 加拿大
- 4.2.4 法国
- 4.2.5 俄罗斯
- 4.3 2017-2022年全球男装行业发展前景预测
 - 4.3.1 全球男装行业发展前景
 - 4.3.2 全球男装行业发展趋势
- 4.4 全球男装行业重点企业发展动态
 - 4.4.1 Kering集团
 - 4.4.2 Dolce & Gabbana
 - 4.4.3 HUGO BOSS
 - 4.4.4 Christian Dior Group

第五章 中国男装行业发展概述

- 5.1 中国男装行业发展状况分析
 - 5.1.1 中国男装行业发展阶段
 - 5.1.2 中国男装行业发展总体概况
 - 5.1.3 中国男装行业发展特点分析
- 5.2 2014-2016年男装行业发展现状
 - 5.2.1 2014-2016年中国男装行业市场规模
 - 5.2.2 2014-2016年中国男装行业发展分析
- 5.3 2017-2022年中国男装行业面临的挑战
 - 5.3.1 创新能力弱
 - 5.3.2 渠道合作匮乏
 - 5.3.3 同质化现象严重
- 5.4 男装市场发展策略分析
 - 5.4.1 与时俱进占领Shopping malls
 - 5.4.2 抓住男装时尚内涵本质
 - 5.4.3 准确定位顾客产品风格
 - 5.4.4 提升对VIP客户的培育方式
 - 5.4.5 线下线上结合发展

第六章 中国男装行业市场运行分析

6.1 2014-2016年中国男装行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2014-2016年中国男装行业市场供需分析

6.2.1 中国男装行业供给分析

6.2.2 中国男装行业需求分析

6.2.2 中国男装行业供需平衡

6.3 2013-2016年中国男装行业财务指标总体分析

6.3.1 行业盈利能力分析

6.3.2 行业偿债能力分析

6.3.3 行业营运能力分析

6.3.4 行业发展能力分析

第七章 中国男装行业细分市场分析

7.1 男装行业细分市场概况

7.1.1 市场细分充分程度

7.1.2 市场细分发展趋势

7.1.3 市场细分战略研究

7.1.4 细分市场结构分析

7.2 男衬衫市场

7.2.1 市场发展现状概述

7.2.2 行业市场需求

7.2.3 产品市场潜力

7.3 商务休闲男装

7.3.1 市场发展现状概述

7.3.2 行业市场需求

7.3.3 产品市场潜力

7.4 休闲男装市场

7.4.1 市场发展现状概述

7.4.2 行业市场的需求

7.4.3 产品市场潜力

7.5 建议

7.5.1 细分市场研究结论

7.5.2 细分市场建议

第八章 2014-2016年中国男装市场品牌分析

8.1 男装市场品牌发展解析

8.1.1 市场品牌态势

8.1.2 品牌国际化状况

8.2 中国男装品牌的主要运营模式

8.2.1 顺美模式

8.2.2 雅戈尔模式

8.2.3 杉杉模式

8.2.4 七匹狼模式

8.3 男装企业多品牌运营分析

8.3.1 男装企业多品牌运营状况

8.3.2 闽派男装均酝酿新品牌

8.3.3 男装子品牌运营模式

第九章 中国男装行业市场竞争格局分析

9.1 中国男装行业竞争格局分析

9.1.1 男装行业区域分布格局

9.1.2 中国男装产业集群分析

1、温州男装

2、泉州男装

3、福建男装

9.1.3 男装行业企业规模格局

9.1.4 男装行业企业性质格局

9.2 中国男装行业竞争五力分析

9.2.1 上游议价能力

9.2.2 下游议价能力

9.2.3 新进入者威胁

9.2.4 替代产品威胁

9.2.5 现有企业竞争

9.3 中国男装行业投资兼并重组整合分析

9.3.1 投资兼并重组现状

9.3.2 投资兼并重组案例

第十章 中国男装行业领先企业竞争力分析

10.1 雅戈尔集团股份有限公司

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品

10.1.3 企业竞争优势

10.1.4 企业经营状况

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业发展战略

10.2 江苏红豆实业股份有限公司

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品

10.2.3 企业竞争优势

10.2.4 企业经营状况

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略

10.3 宁波杉杉股份有限公司

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品

10.3.3 企业竞争优势

10.3.4 企业经营状况

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略

10.4 福建七匹狼实业股份有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品

10.4.3 企业竞争优势

10.4.4 企业经营状况

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略

10.5 浙江报喜鸟服饰股份有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品

10.5.3 企业竞争优势

10.5.4 企业经营状况

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略

10.6 浙江森马服饰股份有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品

10.6.3 企业竞争优势

10.6.4 企业经营状况

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业发展战略

10.7 上海美特斯邦威服饰股份有限公司

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品

10.7.3 企业竞争优势

10.7.4 企业经营状况

10.7.5 企业最新发展动态

10.7.6 企业发展战略

10.8 海澜之家股份有限公司

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品

10.8.3 企业竞争优势

10.8.4 企业经营状况

10.8.5 企业最新发展动态

10.8.6 企业发展战略

10.9 罗蒙集团股份有限公司

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品

10.9.3 企业竞争优势

10.9.4 企业经营状况

10.9.5 企业最新发展动态

10.9.6 企业发展战略

10.10 劲霸男装股份有限公司

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品

10.10.3 企业竞争优势

10.10.4 企业经营状况

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业发展战略

第十一章 2017-2022年中国男装行业发展趋势与前景分析

11.1 2017-2022年中国男装市场前景

11.1.1 2017-2022年男装市场发展潜力

11.1.2 2017-2022年男装市场前景展望

11.1.3 2017-2022年男装细分行业发展前景分析

11.2 2017-2022年中国男装市场发展趋势预测

11.2.1 2017-2022年男装行业发展趋势

11.2.2 2017-2022年男装市场规模预测

11.2.3 2017-2022年男装行业应用趋势预测

11.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测

11.3 2017-2022年中国男装行业供需预测

11.3.1 2017-2022年中国男装行业供给预测

11.3.2 2017-2022年中国男装行业需求预测

11.3.3 2017-2022年中国男装供需平衡预测

第十二章 2017-2022年中国男装行业投资前景

- 12.1 男装行业投资特性分析
 - 12.1.1 男装行业进入壁垒分析
 - 12.1.2 男装行业盈利模式分析
 - 12.1.3 男装行业盈利因素分析
- 12.2 男装行业投资机会分析
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 细分市场投资机会
 - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 男装行业投资风险分析
 - 12.3.1 男装行业政策风险
 - 12.3.2 宏观经济风险
 - 12.3.3 市场竞争风险
 - 12.3.4 其他投资风险

第十三章 2017-2022年中国男装企业投资战略与转型策略分析

- 13.1 男装企业战略规划策略分析
 - 13.1.1 战略综合规划
 - 13.1.2 技术开发战略
 - 13.1.3 区域战略规划
 - 13.1.4 产业战略规划
 - 13.1.5 营销品牌战略
 - 13.1.6 竞争战略规划
- 13.2 男装企业转型调整的必要性分析
 - 13.2.1 市场不景气
 - 13.2.2 面临“关店潮”
 - 13.2.3 旺季不旺的困惑
- 13.3 男装市场转型态势分析
 - 13.3.1 跨界调整成共识
 - 13.3.2 行业转型现状
- 13.4 男装企业转型发展策略分析
 - 13.4.1 寻找综合竞争优势
 - 13.4.2 转投热门行业

13.4.3 转型调整趋向

13.5 重点企业转型案例分析

13.5.1 红豆股份

13.5.2 九牧王

13.5.3 雅戈尔

第十四章 研究结论及建议 (ZY ZM)

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：男装行业特点

图表：男装行业生命周期

图表：2016年末人口数及其构成

图表：2014-2016年城镇新增就业人数

图表：2014-2016年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2014-2016年农村居民人均纯收入

图表：2014-2016年城镇居民人均可支配收入

图表：2014-2016年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：男装行业产业链分析

图表：2014-2016年男装行业市场规模分析

图表：2017-2022年男装行业市场规模预测

图表：中国男装行业盈利能力分析

图表：中国男装行业运营能力分析

图表：中国男装行业偿债能力分析

图表：中国男装行业发展能力分析

图表：中国男装行业经营效益分析

图表：2014-2016年男装重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国男装行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国男装行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国男装行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国男装竞争力分析

图表：2017-2022年中国男装产能预测

图表：2017-2022年中国男装消费量预测

图表：2017-2022年中国男装市场前景预测

图表：2017-2022年中国男装市场价格走势预测

图表：2017-2022年中国男装发展前景预测

图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/X05043OKL5.html>