

# 2014-2019年中国男装市场 前景研究与投资战略分析报告

## 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

《2014-2019年中国男装市场前景研究与投资战略分析报告》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/Z22719BT12.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

### 第一章 中国男装行业发展现状及特征 1

#### 第一节 中国男装行业进入大分化时代 1

#### 第二节 男装行业渐入调整周期 2

##### 一、景气下行，子行业分化 2

##### 二、以价为先的增长方式面临转换 2

##### 三、行业增速向社零总额回归 3

##### 四、主流男装行业：进入周期主导阶段 4

### 第二章 2013-2014年中国男装行业运行分析 10

#### 第一节 2013年中国男装行业运行分析 10

##### 一、2013年男装行业的形势特点 10

##### 二、男装产业集群效应显著 11

##### 三、男装市场前景良好 12

##### 四、男装产业的发展趋势 13

#### 第二节 2014年中国男装行业运行分析 15

##### 一、2014年国内高级男装利润普降 15

##### 二、2014年男装市场粗放扩张时代终结 17

##### 三、2014年男装市场机遇与挑战并存 20

#### 第三节 2014年中国男装市场存在的问题及机遇 22

##### 一、国际经济放缓服装出口受阻 22

##### 二、店铺租金高企制约市场拓展 22

##### 三、服装巨头雅戈尔回归主业 23

##### 四、转变理念男装寻求突破 23

### 第三章 男装各类服装市场容量 25

#### 第一节 中国男装各类服装市场容量 25

##### 一、产品市场结构 25

##### 二、品牌市场结构 27

##### 三、区域市场结构 27

##### 四、渠道市场结构 27

## 第二节 中国职业装（西装、衬衫）市场分析 28

### 一、需求分析 28

### 二、供给分析 28

### 三、市场特征分析 29

### 四、竞争格局分析 29

## 第三节 中国正装（零售市场-西装、衬衫）市场供需监测分析 30

### 一、需求分析 30

### 二、供给分析 30

### 三、市场特征分析 31

## 第四节 中国商务休闲装、休闲装市场分析 31

### 一、需求分析 31

### 二、供给分析 31

### 三、市场特征分析 32

### 三、竞争格局分析 32

## 第四章 我国时尚商务男装市场分析 34

### 第一节 时尚商务男装 34

#### 一、概述 34

#### 二、市场分析 34

#### 三、大众时尚男装趋势 34

### 第二节 商务休闲男装做电商策略分析 35

#### 一、商务休闲男装警钟频响 35

#### 三、发展瓶颈日益明显 38

#### 三、电子商务孕育的希望 41

### 第三节 GXG 43

#### 一、公司概况 43

#### 二、品牌发展 47

#### 三、目标客户 47

#### 四、收购事件 48

#### 五、GXG盈利及营销模式 48

#### 六、2013年GXG首次试水O2O联动无线端 50

#### 七、森马收购GXG面临的整合和发展 53

#### 第四节 太平鸟 56

一、太平鸟：用实际行动践行着“创意快时尚” 56

二、太平鸟：传统服装业的新价值取向 59

三、2013年太平鸟拟IPO募资完善营销网络 61

#### 第五节 2013年国际设计师商务时尚男装品牌进驻中国高端市场 62

### 第五章 我国男装行业市场竞争分析 65

第一节 中国男装进入自主品牌竞争时代 65

第二节 中国本土男装品牌崛起 66

一、本土男装：品牌崛起 66

二、渠道：百丽以下，安踏以上 67

第三节 2013年新竞争格局下 男装行业正在经历大变局 68

一、净利润增长情况分析 68

二、2013年男装品牌发展滞后成主因 69

三、男装品牌升级强调设计 70

### 第六章 中国男装行业重点企业分析 71

第一节 雅戈尔集团股份有限公司 71

一、公司概况 71

二、2013年企业经营情况分析 71

三、2014年企业经营情况分析 72

四、2010-2014年企业财务数据分析 72

五、2014年公司发展展望及策略 74

第二节 上海美特斯邦威服饰股份有限公司 76

一、公司概况 76

二、2013年企业经营情况分析 76

三、2014年企业经营情况分析 76

四、2010-2014年企业财务数据分析 77

五、2014年公司发展展望及策略 79

第三节 福建七匹狼实业股份有限公司 80

一、公司概况 80

二、2013年企业经营情况分析 80

三、2014年企业经营情况分析	82
四、2010-2014年企业财务数据分析	82
五、2014年公司发展展望及策略	84
第四节 九牧王股份有限公司	86
一、公司概况	86
二、2013年企业经营情况分析	86
三、2014年企业经营情况分析	87
四、2010-2014年企业财务数据分析	87
五、2014年公司发展展望及策略	89
第五节 浙江森马服饰股份有限公司	91
一、公司概况	91
二、2013年企业经营情况分析	92
三、2014年企业经营情况分析	92
四、2010-2014年企业财务数据分析	93
五、2014年公司发展展望及策略	95
第六节 浙江报喜鸟服饰股份有限公司	97
一、公司概况	97
二、2013年企业经营情况分析	98
三、2014年企业经营情况分析	99
四、2010-2014年企业财务数据分析	100
五、2014年公司发展展望及策略	102
第七节 江苏红豆实业股份有限公司	103
一、公司概况	103
二、2013年企业经营情况分析	104
三、2014年企业经营情况分析	105
四、2010-2014年企业财务数据分析	105
五、2014年公司发展展望及策略	107
第八节 希努尔男装股份有限公司	109
一、公司概况	109
二、2013年企业经营情况分析	109
三、2014年企业经营情况分析	110
四、2010-2014年企业财务数据分析	110

五、2014年公司发展展望及策略 112

第九节 浙江步森服饰股份有限公司 114

一、公司概况 114

二、2013年企业经营情况分析 115

三、2014年企业经营情况分析 115

四、2010-2014年企业财务数据分析 116

五、2014年公司发展展望及策略 118

第七章 2013-2014年中国服装业运行情况分析 120

第一节 2013年我国服装行业经济运行情况分析 120

一、2013年服装行业景气情况 121

二、2013年服装市场运行情况 121

三、2013年服装行业进出口情况 127

四、2013年服装行业投资情况 129

五、2013年服装行业经营情况 129

第二节 2014年我国服装行业经济运行情况分析 133

一、2014年上半年服装行业经济运行情况分析 133

二、2014年三季度服装行业经济运行情况分析 137

三、2014年中国服装行业发展趋势分析预测 142

第八章 服装销售渠道与营销策略分析 145

第一节 2014年我国服装商业发展概况 145

一、服装零售业商业开发快速发展 145

二、2014年纺织服装行业需要寻求新商业模式 147

三、国内服装产品快速进入市场商业化运作模式 150

第二节 中国服装销售渠道分析 152

一、我国服装销售渠道的模式 152

二、终端控制能力是中国服装企业及其品牌成败的关键 155

三、服装产业渠道销售之痛 156

四、中国服装产业销售渠道发展策略 160

五、服装流通渠道变化的因素 162

第三节 中国服装电子商务渠道分析 163

- 一、2013年国内服装网购交易规模 163
- 二、1996-2013年中国服装的电商之路 164
- 三、传统服装企业开展电子商务的渠道 169
- 第四节 中国纺织服装专业市场分析 171
  - 一、2014年服装专业市场分析 171
  - 二、服装专业市场转型势在必行 172
- 第五节 服装批发市场分析 173
  - 一、服装批发市场的发展特征 173
  - 二、服装批发市场的三大类型 174
  - 三、服装批发市场按照地区划分的六大板块 174
  - 四、中国大中型服装批发市场一览 175
- 第六节 中国服装企业市场营销策略综述分析 176
  - 一、生活水平与服装观念 176
  - 二、实际消费需求的产生 176
  - 三、服装流行的特点 177
  - 四、服装流行的基本规律 177
  - 五、服装流行的基本法则 178
  - 六、服装流行花期 178
  - 七、服装六大属性 179
  - 八、服装二大族类 179
  - 九、女性顾客三大族 179
  - 十、服装购买三步曲 179
  - 十一、服装购买的特点 179
- 第七节 服装企业的定制营销 180
  - 一、建立数据库掌握顾客需求 180
  - 二、用柔性制造提速定制服务 181
  - 三、敏捷供应链为定制护航 182
  - 四、用网络提供互动平台 182
- 第八节 供应链管理下的服装企业库存研究 183
  - 一、供应链管理下服装企业库存研究的概述 183
  - 二、当前服装企业库存管理中存在的问题 184
  - 三、从加强供应链管理的角度提高服装企业的库存管理水平 185



## 第九章 2014-2019年服装行业发展趋势预测 187

### 第一节 2014-2019年服装业发展主要趋势 187

- 一、国内国际经济发展趋势竞争日趋激烈 187
- 二、国际贸易环境及变数世界贸易格局将变 187
- 三、服装外部资源环境分析和内部要素变化趋势梯度转移不可避免 188
- 四、产业结构调整和产业创新设计能力带动行业创新 189
- 五、品牌发展和营运趋势市场将成为品牌通路控制者 189
- 六、产业供应链发展趋势条件更加成熟 190
- 七、专业化、标准化、科技创新和新营运模式发展趋势 190
- 八、服装需求、消费和市场趋势个性消费和时尚消费时代 191
- 九、企业战略发展和现代管理发展趋势 192

### 第二节 2014-2019年中国服装产业机遇与挑战 193

- 一、服装产业面临的机遇 194
- 二、服装产业面临的挑战 198
- 三、中国服装业发展的困惑 201
- 四、中国服装产业发展正经历第二次浪潮 206

### 第三节 2014-2019年中国服装行业发展指南 212

- 一、“十二五”服装行业面临的环境 212
- 二、“十二五”中国服装行业科技发展指南 213
- 三、“十二五”服装行业发展重点 217
- 四、12省区将纺织服装列为“十二五”发展重点 219
- 五、我国《纺织工业“十二五”发展规划》发布 222

## 第十章 2014-2019年中国男装行业发展前景及趋势预测 225

### 第一节 2014-2019年中国男装行业市场格局预测 225

- 一、市场现状——大众市场仍唱主角 225
- 二、中档消费居多 大众市场占主导 225
- 三、国际消费萎靡 高端市场压力增大 226
- 四、市场竞争手段 成本竞争转向综合竞争 226

### 第二节 正装休闲融合，商务休闲将走俏市场 226

### 第三节 区域消费不等，市场差距将明显拉开 227

#### 第四节 高端男装行业：聚焦三四线城市的成长机遇 227

##### 一、高端男装行业尚处于发展的早期 227

##### 二、三四线城市蕴藏扩张机遇 229

#### 第五节 未来商场男装区域最热衷引进的六大类型品牌 233

##### 一、商场男装区的发展 234

##### 二、男装消费需求增大 234

##### 三、六大类型男装品牌 235

### 第十一章 2014-2019年中国男装市场投资机会分析 237

#### 第一节 2014-2019年中国男装行业投资吸引力分析 237

##### 一、行业成长潜力 237

##### 二、行业的竞争力量变动趋势 237

#### 第二节 行业盈利水平分析 238

##### 一、行业盈利驱动因素带来的影响 238

##### 二、主要企业在行业中的竞争地位 239

##### 三、企业实力变动趋势 239

##### 四、企业成功同核心竞争力的匹配程度 242

### 第十二章 2014-2019年中国男装行业发展战略分析 244

#### 第一节 男装需求的发展趋势 244

##### 一、男装市场总体需求趋势 244

##### 二、衬衫市场需求趋势 244

##### 三、西服市场需求趋势 245

#### 第二节 男装新产品开发方向 245

##### 一、纳米男装 245

##### 二、职场男装的发展方向 246

##### 三、防静电服装市场前景看好 247

##### 四、智能服装的时尚化通道 248

#### 第三节 男装品牌运作策略 249

##### 一、男装品牌运作风险分析 249

##### 二、男装品牌运作机会分析 250

#### 第四节 服装企业品牌定位策略分析 252

##### 一、品牌的产品属性定位 252

- 二、品牌的消费群体定位 253
- 三、消费群体的购买习惯定位 254
- 四、消费群体的文化层次定位 254
- 五、品牌的风格及文化定位 254
- 六、品牌的营销定位 255
- 七、在品牌的定位过程中应注意的问题 256
- 第五节 中国男装的国际化竞争策略 257
  - 一、在产品设计方面 257
  - 二、在品牌运作方面 257
  - 三、在专业人才培养方面 257

## 图表目录

- 图表：国内男装零售额维持较快增长 1
- 图表：主要男装企业订货会数据出现下滑 2
- 图表：2008-2012年主流男装“量价背离”的现象已日趋显著 3
- 图表：1960-2010年美国男装人均消费增速与人均支出基本持平（以2005年美元计） 4
- 图表：日本男装户均消费增速低于总体（以名义货币计） 4
- 图表：男装行业的生命周期 5
- 图表：测算显示七匹狼和报喜鸟渠道存货接近乃至超过07年水平 6
- 图表：目前国内男装行业尚处于低烈度竞争状态 8
- 图表：2010至2013年上半年主要城市商铺租金指数（2009年4季度=100%） 8
- 图表：广告、人工成本亦呈现显著增加 9
- 图表：中国男装各类服装市场容量分析 25
- 图表：按消费层次划分男装市场产品结构 26
- 图表：男装市场产品市场结构（按价格阶段划分） 26
- 图表：中国职业装市场需求分析 28
- 图表：中国职业装市场需求分析 28
- 图表：中国职业装市场特征分析 29
- 图表：中国正装市场需求分析 30
- 图表：中国正装市场需求分析 30
- 图表：中国正装市场市场特征分析 31
- 图表：中国休闲装市场需求分析 31

图表：中国休闲装市场需求分析 31

图表：中国休闲装市场特征分析 32

图表：GXG消费者定位表 47

图表：2013年雅戈尔集团股份有限公司主营构成数据分析表 72

图表：2010-2014年雅戈尔集团股份有限公司主要财务数据分析表 72

图表：2010-2014年雅戈尔集团股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 73

图表：2010-2014年雅戈尔集团股份有限公司经营能力分析表 73

图表：2010-2014年雅戈尔集团股份有限公司发展能力分析表 73

图表：2010-2014年雅戈尔集团股份有限公司资产与负债分析表 74

图表：2013年上海美特斯邦威服饰股份有限公司主营构成数据分析表 77

图表：2010-2014年上海美特斯邦威服饰股份有限公司主要财务数据分析表 77

图表：2010-2014年上海美特斯邦威服饰股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 78

图表：2010-2014年上海美特斯邦威服饰股份有限公司经营能力分析表 78

图表：2010-2014年上海美特斯邦威服饰股份有限公司发展能力分析表 78

图表：2010-2014年上海美特斯邦威服饰股份有限公司资产与负债分析表 78

图表：2013年福建七匹狼实业股份有限公司主营构成数据分析表 82

图表：2010-2014年福建七匹狼实业股份有限公司主要财务数据分析表 83

图表：2010-2014年福建七匹狼实业股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 83

图表：2010-2014年福建七匹狼实业股份有限公司经营能力分析表 84

图表：2010-2014年福建七匹狼实业股份有限公司发展能力分析表 84

图表：2010-2014年福建七匹狼实业股份有限公司资产与负债分析表 84

图表：2013年九牧王股份有限公司主营构成数据分析表 87

图表：2010-2014年九牧王股份有限公司主要财务数据分析表 87

图表：2010-2014年九牧王股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 88

图表：2010-2014年九牧王股份有限公司经营能力分析表 88

图表：2010-2014年九牧王股份有限公司发展能力分析表 88

图表：2010-2014年九牧王股份有限公司资产与负债分析表 89

图表：2013年浙江森马服饰股份有限公司主营构成数据分析表 93

图表：2010-2014年浙江森马服饰股份有限公司主要财务数据分析表 94

图表：2010-2014年浙江森马服饰股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 94

图表：2010-2014年浙江森马服饰股份有限公司经营能力分析表 94

图表：2010-2014年浙江森马服饰股份有限公司发展能力分析表 95

图表：2010-2014年浙江森马服饰股份有限公司资产与负债分析表 95

图表：2013年浙江报喜鸟服饰股份有限公司主营构成数据分析表 100

图表：2010-2014年浙江报喜鸟服饰股份有限公司主要财务数据分析表 100

图表：2010-2014年浙江报喜鸟服饰股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 101

图表：2010-2014年浙江报喜鸟服饰股份有限公司经营能力分析表 101

图表：2010-2014年浙江报喜鸟服饰股份有限公司发展能力分析表 101

图表：2010-2014年浙江报喜鸟服饰股份有限公司资产与负债分析表 102

图表：2013年江苏红豆实业股份有限公司主营构成数据分析表 105

图表：2010-2014年江苏红豆实业股份有限公司主要财务数据分析表 105

图表：2010-2014年江苏红豆实业股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 106

图表：2010-2014年江苏红豆实业股份有限公司经营能力分析表 106

图表：2010-2014年江苏红豆实业股份有限公司发展能力分析表 106

图表：2010-2014年江苏红豆实业股份有限公司资产与负债分析表 107

图表：2013年希努尔男装股份有限公司主营构成数据分析表 110

图表：2010-2014年希努尔男装股份有限公司主要财务数据分析表 111

图表：2010-2014年希努尔男装股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 111

图表：2010-2014年希努尔男装股份有限公司经营能力分析表 111

图表：2010-2014年希努尔男装股份有限公司发展能力分析表 112

图表：2010-2014年希努尔男装股份有限公司资产与负债分析表 112

图表：2013年浙江步森服饰股份有限公司主营构成数据分析表 116

图表：2010-2014年浙江步森服饰股份有限公司主要财务数据分析表 116

图表：2010-2014年浙江步森服饰股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 116

图表：2010-2014年浙江步森服饰股份有限公司经营能力分析表 117

图表：2010-2014年浙江步森服饰股份有限公司发展能力分析表 117

图表：2010-2014年浙江步森服饰股份有限公司资产与负债分析表 117

图表：2012-2013年纺织服装、鞋、帽制造业企业景气指数 121

图表：2012-2013年我国服装产量及同比增速 122

图表：2013年我国服装行业分品种产量及增速 122

图表：2012-2013年我国服装类商品零售总额及同比增速 123

图表：2012-2013年我国服装类商品累计零售总额及同比增速 124

图表：2012-2013年328级棉花价格 125

图表：2012-2013年服装鞋帽零售价格指数 125

图表：2013年我国服装行业分地区产量及同比增速 126

图表：2012-2013年服装及衣着附件出口额及同比增速 128

图表：2012-2013年服装及衣着附件进口额及同比增速 128

图表：2012-2013年纺织服装、鞋、帽制造业投资额及同比增速 129

图表：2012-2013年纺织服装、鞋、帽制造业销售收入及增速 130

图表：2012-2013年我国纺织服装、鞋、帽制造业主要成本费用 131

图表：2012-2013年我国纺织服装、鞋、帽制造业主要成本费用同比增速 131

图表：2012-2013年我国纺织服装、鞋、帽制造业利润总额及同比增速 132

图表：2012-2013年我国纺织服装、鞋、帽制造业亏损情况 132

图表：2009年Q3-2014年Q3服装行业服装产量增长趋势图 137

图表：2009年Q3-2014年Q3服装行业服装主营业务收入增长趋势图 138

图表：2009年Q3-2014年Q3服装行业服装出口额增长趋势图 138

图表：2009年Q3-2014年Q3服装行业生产者出厂价格趋势图 139

图表：2009年Q3-2014年Q3服装行业产成品资金增长趋势图 139

图表：2009年Q3-2014年Q3服装行业利润总额增长趋势图 140

图表：2009年Q3-2014年Q3服装行业服装应收账款增长趋势图 140

图表：2009年Q3-2014年Q3服装行业服装固定资产投资总额增长趋势图 141

图表：2009年Q3-2014年Q3服装行业服装行业从业人数增长趋势图 141

图表：以目标客群户均零售面积计，高端男装龙头企业尚有2倍以上扩张空 228

图表：高端男装所处的阶段与06-07年的运动品相类似 228

图表：不断壮大的中高收入阶层推动高端男装行业增长 229

图表：主要高端男装企业加快在低线城市扩张 229

图表：三四线城市分布着中国42%的人口和66%的中产阶级 230

图表：更高的升级意愿和独特的面子文化 231

图表：国内男装和国际品牌价格仍有较大差异 231

图表20.国内高端男装在门店数及渠道深度方面均领先于国际品牌 232

图表：三四线城市的门店盈利能力并不显著低于一线（以直营为例） 233

图表：中国男装企业地位 239

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/Z22719BT12.html>