

# 2022-2028年中国男装市场 深度调研与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2022-2028年中国男装市场深度调研与投资战略研究报告》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/Z22719SBZ2.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

男装，是指男性穿于身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需求有不同的款式和作用。

智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国男装市场深度调研与投资战略研究报告》共十章。首先介绍了中国男装行业市场发展环境、男装整体运行态势等，接着分析了中国男装行业市场运行的现状，然后介绍了男装市场竞争格局。随后，报告对男装做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国男装行业发展趋势与投资预测。您若想对男装产业有个系统的了解或者想投资中国男装行业，本报告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 中国男装行业相关概述

#### 1.1 中国服装行业管理体制和法规介绍

##### 1.1.1 中国男装管理体制分析

##### 1.1.2 中国服装行业主要法规和政策

##### 1.1.3 中国服装零售业相关法规介绍

#### 1.2 2016-2020年中国男装行业最新国家标准介绍

##### 1.2.1 2020年《服装号型男子》标准实施

##### 1.2.2 2020年《领带》国家标准正式实施

##### 1.2.3 2020年《男西服、大衣》标准实施

##### 1.2.4 2020年夹克标准制定工作进展分析

### 第二章 2016-2020年中国男装行业的发展环境分析

#### 2.1 2016-2020年中国休闲服装行业发展的经济环境

##### 2.1.1 2020年中国GDP增长情况分析

##### 2.1.2 2020年中国居民收入与消费情况分析

##### 2.1.3 2020年中国城乡居民衣着消费情况分析

- 2.1.4 2020年社会经济运行分析
- 2.2 2016-2020年中国服装所属行业发展情况分析
  - 2.2.1 2016-2020年中国服装行业运行状况分析
  - 2.2.2 2016-2020年中国服装所属行业市场规模变化分析
  - 2.2.3 2020年中国各类服装所属行业产量及出口统计
  - 2.2.4 中国服装行业主流商业模式及业态分析
  - 2.2.5 中国服装产业发展特征及趋势分析
  - 2.2.6 2020年中国服装市场发展趋势分析
- 2.3 2016-2020年中国男装行业发展的政策环境分析
  - 2.3.1 2020年《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》
  - 2.3.2 2020年工信部加强产品质量体系标准化建设
  - 2.3.3 2020年印染行业加强淘汰落后产能工作
  - 2.3.4 2020年网店实名制开始施行

### 第三章 2016-2020年全球男装所属行业发展现状分析

- 3.1 2016-2020年全球服装行业发展现状分析
  - 3.1.1 国际服装行业发展现状分析
  - 3.1.2 2020年主要国家服装产量及出口概况
  - 3.1.3 2020年欧美服装贸易保护手段特点分析
  - 3.1.4 国际服装行业的发展趋势分析
- 3.2 2016-2020年全球服装行业买手制现状分析
  - 3.2.1 国外时尚服装买手制模式分析
  - 3.2.2 买手机制在中国服装产业链中的应用
  - 3.2.3 服装买手专业人才的培养策略分析
- 3.3 2016-2020年全球男装行业区域发展现状分析
  - 3.3.1 欧美男装产业发展历程及特点分析
  - 3.3.2 2020年意大利男装产业发展现状分析
  - 3.3.3 2020年韩国男装以传统品牌为主导
  - 3.3.4 2020年印度男装工业发展迅速

### 第四章 2016-2020年中国男装所属行业发展现状分析

- 4.1 中国男装产业发展历程分析

- 4.1.1 政府主导加工期
- 4.1.2 民营主导加工期
- 4.1.3 民营主导品牌期
- 4.2 中国男装行业的产业链运营模式分析
  - 4.2.1 男装研发环节运营模式
  - 4.2.2 男装生产环节运营模式
  - 4.2.3 男装销售环节运营模式
  - 4.2.4 男装行业主要特性
- 4.3 2016-2020年中国男装行业发展现状分析
  - 4.3.1 2020年中国男装行业加快升级步伐
  - 4.3.2 中国高级男装市场的亲民化现状分析
  - 4.3.3 2020年希努尔男西服科技创新分析
  - 4.3.4 2020年中国男装流行款式分析
- 4.4 2016-2020年中国男装品牌运营模式分析
  - 4.4.1 中国男装品牌竞争现状分析
  - 4.4.2 中国男装品牌典型运营模式分析
  - 4.4.3 中国男装品牌塑造的影响因素分析
  - 4.4.4 2020年中国本土男装品牌升级案例分析
  - 4.4.5 2020年中国本土男装品牌营销特征分析
- 4.5 2016-2020年中国男装品牌的国际化现状分析
  - 4.5.1 中国男装品牌国际化的挑战分析
  - 4.5.2 中国男装品牌国际化中的问题分析
  - 4.5.3 2020年中国男装品牌国际化趋势分析
  - 4.5.4 中国男装打造国际化品牌的策略分析
- 4.6 中国男装品牌存在的问题和发展策略分析
  - 4.6.1 中国男装品牌发展存在的问题分析
  - 4.6.2 中国男装企业品牌发展策略分析
  - 4.6.3 中国品牌男装开拓区域市场的措施分析

## 第五章 2016-2020年中国男装产业重点区域发展现状分析

- 5.1 中国男装产业集群发展概况
  - 5.1.1 中国男装区域分布概况

- 5.1.2 “浙派”男装产业集群
- 5.1.3 “闽派”男装产业集群
- 5.1.4 “粤派”男装产业集群
- 5.2 2016-2020年“浙派”男装产业发展现状分析
  - 5.2.1 浙派男装品牌的国际市场模式分析
  - 5.2.2 2020年温州男装行业发展现状分析
  - 5.2.3 温州男装企业的两极分化分析
  - 5.2.4 嵊州领带业发展优势分析
  - 5.2.5 2020年嵊州领带集体提价现象分析
- 5.3 2020年“闽派”男装产业发展现状分析
  - 5.3.1 泉州男装产业的发展历程分析
  - 5.3.2 泉州时尚休闲男装产业特色分析
  - 5.3.3 2020年石狮男装的品牌营销策略分析

## 第六章 2016-2020年中国男装所属行业市场发展现状分析

- 6.1 2020年中国男装所属行业市场规模总体分析
  - 6.1.1 2020年中国男装市场规模分析
  - 6.1.2 2020年中国男装市场结构分析
  - 6.1.3 2020年中国休闲男装市场规模分析
- 6.2 2020年中国男装细分市场规模分析
  - 6.2.1 2020年中国男士上衣市场规模分析
  - 6.2.2 2020年中国男士衬衫市场规模分析
  - 6.2.3 2020年中国男士长裤和短裤市场规模分析
  - 6.2.4 2020年中国男西装市场规模分析
  - 6.2.5 2020年中国男士夹克和外套市场规模分析
- 6.3 2020年中国男装市场消费特征分析
  - 6.3.1 中国男装消费水平分析
  - 6.3.2 消费渠道和主导市场分析
  - 6.3.3 商务休闲男装市场正兴起
- 6.4 2020年中国主要男装零售状况分析
  - 6.4.1 2020年中国服装零售总体规模分析
  - 6.4.2 2020年中国男西装零售量分析

- 6.4.3 2020年中国男衬衫零售量分析
- 6.5 2020年上海男装服装零售市场现状分析
  - 6.5.1 2020年上海男式休闲装销量及价格
  - 6.5.2 2020年上海男式正装销量及价格
  - 6.5.3 2020年上海男衬衫销量及价格
  - 6.5.4 2020年上海男西裤销量及价格

## 第七章 2016-2020年中国男装网购所属行业市场分析

- 7.1 中国服装网购相关概述
  - 7.1.1 服装网购的定义
  - 7.1.2 服装网购网站的分类
  - 7.1.3 服装网购的优势分析
- 7.2 2020年中国男装网购行业发展现状分析
  - 7.2.1 2020年中国男装网购市场竞争升温
  - 7.2.2 2020年主要男装网购品牌发展现状分析
  - 7.2.3 服装网上直销模式的持久创新性分析
  - 7.2.4 2020年中国买手制度发展不成熟
  - 7.2.5 中国男装企业买手制的实践分析
- 7.3 2016-2020年中国男装网购主流模式对比分析
  - 7.3.1 PPG与VANCL的比较分析
  - 7.3.2 报喜鸟EBONO竞争优势分析
  - 7.3.3 2020年鲁泰在线向内销转型
  - 7.3.4 优衣库和杰克琼斯淘宝业绩分析

## 第八章 2016-2020年中国男性网民服装消费调研分析

- 8.1 2020年中国购买服装网民基本特征
  - 8.1.1 网民网络应用行为分析
  - 8.1.2 男性网民获取服装信息渠道
  - 8.1.3 各年龄段获取服装信息渠道
  - 8.1.4 各收入段获取服装信息渠道
  - 8.1.5 获取服装信息渠道地区差异
- 8.2 2020年中国网民服装消费品牌偏好分析

- 8.2.1 男性服装品牌偏好
- 8.2.2 女性服装品牌偏好
- 8.3 2020年中国不同地区网民购买服装特征分析
  - 8.3.1 不同地区网民休闲服装偏好
  - 8.3.2 不同地区网民关注因素
  - 8.3.3 不同地区网民服装购买者
  - 8.3.4 不同地区网民服装购买场所
  - 8.3.5 不同地区网民服装消费
  - 8.3.6 不同地区网民对服装广告的态度
  - 8.3.7 不同地区网民网上信息渠道
- 8.4 2020年中国不同收入购买服装网民特征分析
  - 8.4.1 不同收入网民休闲服装偏好
  - 8.4.2 不同收入网民关注因素
  - 8.4.3 不同收入网民服装购买者
  - 8.4.4 不同收入网民服装购买场所
  - 8.4.5 不同收入网民服装消费
  - 8.4.6 不同收入网民对服装广告的态度
  - 8.4.7 不同收入网民网上信息渠道
- 8.5 2020年中国各年龄段购买服装特征分析
  - 8.5.1 不同年龄网民休闲服装偏好
  - 8.5.2 不同年龄网民关注因素
  - 8.5.3 不同年龄网民服装购买者
  - 8.5.4 不同年龄网民服装购买场所
  - 8.5.5 不同年龄网民服装消费
  - 8.5.6 不同年龄网民对服装广告的态度
  - 8.5.7 不同年龄网民网上信息渠道
- 8.6 2020年中国不同性别服装网民特征分析
  - 8.6.1 不同性别网民休闲服装偏好
  - 8.6.2 不同性别网民关注因素
  - 8.6.3 不同性别网民服装购买者
  - 8.6.4 不同性别网民服装购买场所
  - 8.6.5 不同性别网民服装消费



- 8.6.6 不同性别网民对服装广告的态度
- 8.6.7 不同性别网民网上信息渠道
- 8.7 2020年一季度运动服饰网民消费调查
  - 8.7.1 网民运动服饰搜索指数特点
  - 8.7.2 休闲服饰产品关注度
  - 8.7.3 运动服装品牌关注度
  - 8.7.4 网民分布区域
  - 8.7.5 运动服饰消费群体

## 第九章中国男装重点企业分析

### 第一节 宁波杉杉股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营回顾
- 三、企业财务运营分析
- 四、企业未来发展的展望

### 第二节 福建七匹狼实业股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营回顾
- 三、企业财务运营分析
- 四、企业未来发展的展望

### 第三节 雅戈尔集团股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营回顾
- 三、企业财务运营分析
- 四、企业未来发展的展望

### 第四节 浙江报喜鸟服饰股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营回顾
- 三、企业财务运营分析
- 四、企业未来发展的展望

### 第五节 大连大杨创世股份有限公司

- 一、企业基本情况

- 二、企业经营回顾
- 三、企业财务运营分析
- 四、企业未来发展的展望

## 第十章2022-2028年中国男装行业发展前景及投资分析（）

### 10.1 2022-2028年中国男装行业发展前景分析

#### 10.1.1 中国男装市场发展空间大

#### 10.1.2 中国男装行业发展趋势分析

#### 10.1.3 2022-2028年中国男装市场规模预测

#### 10.1.4 2022-2028年中国男装市场销量预测

### 10.2 2022-2028年中国男装行业投资风险分析

#### 10.2.1 男装行业投资壁垒

#### 10.2.2 经济环境风险

#### 10.2.3 市场竞争风险

#### 10.2.4 技术研发和设计风险

#### 10.2.5 市场推广风险

### 10.3 2022-2028年中国男装行业投资建议

#### 10.3.1 引进国外设计人才

#### 10.3.2 细分男装产品档次

#### 10.3.3 品牌营销策略

## 部分图表目录：

图表 1 中国服装零售业相关法规主要内容

图表 2 2016-2020年中国国内生产总值增长趋势图

图表 3 2016-2020年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图

图表 4 2016-2020年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图

图表 5 2016-2020年中国城镇居民家庭恩格尔系数

图表 6 2016-2020年中国农村居民家庭恩格尔系数

图表 7 2016-2020年主要年份中国城镇居民衣着消费性支出统计

图表 8 2020年中国城镇居民分区域衣着消费性支出统计

图表 9 2020年中国分区域农村居民衣着消费支出统计

图表 10 2020年社会消费品零售额及增长情况统计

图表 11 2020年中国服装行业经济指标统计

图表 12 2020年中国服装行业经济指标统计

图表 13 2016-2020年中国服装企业数量统计

图表 14 2016-2020年中国服装所属行业资产总额增长趋势图

图表 15 2016-2020年中国服装所属行业销售收入增长趋势图

图表 16 2016-2020年中国服装所属行业销售成本变化趋势图

图表 17 2016-2020年中国服装所属行业利润总额增长趋势图

图表 18 2016-2020年中国服装产量统计

图表 19 2016-2020年中国服装产量增长趋势图

图表 20 2016-2020年中国针织服装产量统计

图表 21 2016-2020年中国针织服装产量增长趋势图

图表 22 2016-2020年中国梭织服装产量统计

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/Z22719SBZ2.html>