

2021-2027年中国男装行业 发展态势与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国男装行业发展态势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.cction.com/report/202012/195397.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2019年3月男装网络零售TOP10品牌分别是：花花公子、南极人、PLOVER、初策、优衣库、梵匡、观慕、独续、吉普、马克华菲。其中，花花公子品牌男装最受消费者青睐，其网络零售市场份额占比达到8.6%，遥遥领先于其他男装品牌。其次，南极人品牌男装则位居第二，占比为1.9%。2019年3月男装网络零售TOP10品牌中美日中男装服装消费金额对比（单位：美元）中企顾问网发布的《2021-2027年中国男装行业发展态势与投资方向研究报告》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家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 2012-2019年中国男装行业最新国家标准介绍

1.2.1 2019年《服装号型男子》标准实施

1.2.2 2019年《领带》国家标准正式实施

1.2.3 2019年《男西服、大衣》标准实施

1.2.4 2019年夹克标准制定工作进展分析

第二章 2012-2019年中国男装行业的发展环境分析

2.1 2012-2019年中国休闲服装行业发展的经济环境

2.1.1 2019年中国GDP增长情况分析

2.1.2 2019年中国居民收入与消费情况分析

2.1.3 2019年中国城乡居民衣着消费情况分析

2.1.4 2019年社会经济运行分析

2.2 2012-2019年中国服装行业发展情况分析

2.2.1 2012-2019年中国服装行业运行状况分析

2017年，我国服装产量同比下降8.5%至287.8亿件，出现了六年以来的首次下降，服装零售市场同样有所下降。进入2019年后，我国服装零售行业趋于复苏。2019年上半年，限额以上单位服装类商品零售额累计4792亿元，同比增长10.1%，增速实现触底反弹。2011-2018年中国限额以上单位服装类商品零售额走势

2.2.2 2012-2019年中国服装所属行业市场规模变化分析

2.2.3 2019年中国各类服装产量及出口统计

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 2019年中国服装市场发展趋势分析

2.3 2012-2019年中国男装行业发展的政策环境分析

2.3.1 2019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 2019年工信部加强产品质量体系标准化建设

2.3.3 2019年印染行业加强淘汰落后产能工作

2.3.4 2019年网店实名制开始施行

第三章 2012-2019年全球男装所属行业发展现状分析

3.1 2012-2019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 2019年主要国家服装产量及出口概况

3.1.3 2019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 2012-2019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 2012-2019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 2019年意大利男装产业发展现状分析

3.3.3 2019年韩国男装以传统品牌为主导

3.3.4 2019年印度男装工业发展迅速

第四章 2012-2019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 2012-2019年中国男装行业发展现状分析中国男装增长速度

4.3.1 2019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 2019年希努尔男西服科技创新分析

4.3.4 2019年中国男装流行款式分析

4.4 2012-2019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 2019年中国本土男装品牌升级案例分析

4.4.5 2019年中国本土男装品牌营销特征分析

4.5 2012-2019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 2019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 2012-2019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 2012-2019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 2019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 2019年嵊州领带集体提价现象分析

5.3 2019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 2019年石狮男装的品牌营销策略分析

第六章 2012-2019年中国男装市场发展现状分析

6.1 2019年中国男装市场规模总体分析

6.1.1 2019年中国男装市场规模分析

6.1.2 2019年中国男装市场结构分析

6.1.3 2019年中国休闲男装市场规模分析

6.2 2019年中国男装细分市场规模分析

6.2.1 2019年中国男士上衣市场规模分析

6.2.2 2019年中国男士衬衫市场规模分析

6.2.3 2019年中国男士长裤和短裤市场规模分析

6.2.4 2019年中国男西装市场规模分析

6.2.5 2019年中国男士夹克和外套市场规模分析

6.3 2019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 2019年中国主要男装零售状况分析
 - 6.4.1 2019年中国服装零售总体规模分析
 - 6.4.2 2019年中国男西装零售量分析
 - 6.4.3 2019年中国男衬衫零售量分析
- 6.5 2019年上海男装服装零售市场现状分析
 - 6.5.1 2019年一季度上海男式休闲装销量及价格
 - 6.5.2 2019年一季度上海男式正装销量及价格
 - 6.5.3 2019年一季度上海男衬衫销量及价格
 - 6.5.4 2019年一季度上海男西裤销量及价格

第七章 2012-2019年中国男装网购市场分析

- 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 2019年中国男装网购行业发展现状分析
 - 7.2.1 2019年中国男装网购市场竞争升温
 - 7.2.2 2019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 2019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 2012-2019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 2019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 2012-2019年中国男性网民服装消费调研分析

- 8.1 2019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 2019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 2019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 2019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 2019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 2019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 2019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

- 9.1 宁波杉杉股份有限公司
 - 9.1.1 企业基本情况
 - 9.1.2 企业经营回顾
 - 9.1.3 企业财务运营分析
 - 9.1.4 企业未来发展的展望
- 9.2 福建七匹狼实业股份有限公司
 - 9.2.1 企业基本情况
 - 9.2.2 企业经营回顾
 - 9.2.3 企业财务运营分析
 - 9.2.4 企业未来发展的展望
- 9.3 雅戈尔集团股份有限公司
 - 9.3.1 企业基本情况
 - 9.3.2 企业经营回顾
 - 9.3.3 企业财务运营分析
 - 9.3.4 企业未来发展的展望
 - 9.3.5 2019年雅戈尔男装巨资打造嵊州新兴产业科技园
- 9.4 浙江报喜鸟服饰股份有限公司
 - 9.4.1 企业基本情况

- 9.4.2企业经营回顾
- 9.4.3企业财务运营分析
- 9.4.4 企业未来发展的展望
- 9.5 大连大杨创世股份有限公司
 - 9.5.1 企业基本情况
 - 9.5.2 企业发展历程
 - 9.5.3企业经营回顾
 - 9.5.4企业财务运营分析
 - 9.5.5 企业未来发展的展望
- 9.6 利郎（中国）有限公司
 - 9.6.1 企业基本情况
 - 9.6.2 公司经营情况
 - 9.6.3 利郎商务休闲男装的品牌建设分析
- 9.7 上海美特斯邦威服饰股份公司
 - 9.7.1 企业基本情况
 - 9.7.2企业经营回顾
 - 9.7.3.企业财务运营分析
 - 9.7.4 美邦服饰双品牌运作模式分析
 - 9.7.5 企业未来发展的展望
- 9.8 江苏红豆实业股份有限公司
 - 9.8.1 企业基本情况
 - 9.8.2企业经营回顾
 - 9.8.3企业财务运营分析
 - 9.8.4 企业未来发展的展望
- 9.9 波司登国际控股有限公司
 - 9.9.1 企业基本情况
 - 9.9.2 2019年度企业经营情况
 - 9.9.3 2019年度企业经营情况
 - 9.9.4 2019年波司登男装市场拓展分析
 - 9.9.5 2019年公司推出“BOSIDENG
- 9.10 浙江步森服饰股份有限公司
 - 9.10.1 企业基本情况

9.10.2 2019年企业经营情况

9.10.3企业财务运营分析

9.10.4 企业未来发展展望

第十章 2021-2027年中国男装行业发展前景及投资分析（ ）

10.1 2021-2027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 2021-2027年中国男装市场规模预测

10.1.4 2021-2027年中国男装市场销量预测

10.2 2021-2027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 2021-2027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（ ）

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 2005-2019年中国国内生产总值增长趋势图

图表 3 2006-2019年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图

图表 4 2006-2019年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图

图表 5 2006-2019年中国城镇居民家庭恩格尔系数

图表 6 2006-2019年中国农村居民家庭恩格尔系数

图表 7 1990-2019年主要年份中国城镇居民衣着消费性支出统计

图表 8 2019年中国城镇居民分区域衣着消费性支出统计

图表 9 2019年中国分区域农村居民衣着消费支出统计

图表 10 2019年社会消费品零售额及增长情况统计

图表 11 2019年中国服装行业经济指标统计

图表 12 2019年中国服装行业前5省区企业数量排名

图表 13 2019年中国服装行业前5省区总资产排名

图表 14 2019年中国服装行业前5省区销售规模排名

图表 15 2019年中国服装行业前5省区利润排名

图表 16 2019年中国服装行业经济指标统计

图表 17 2019年中国服装行业前5省区企业数量排名

图表 18 2019年中国服装行业前5省区总资产排名

图表 19 2019年中国服装行业前5省区销售规模排名

图表 20 2019年中国服装行业前5省区利润排名

图表 21 2006-2019年中国服装企业数量统计

图表 22 2006-2019年中国服装行业资产总额增长趋势图

图表 23 2006-2019年中国服装行业销售收入增长趋势图

图表 24 2006-2019年中国服装行业销售成本变化趋势图

图表 25 2006-2019年中国服装行业利润总额增长趋势图

图表 26 2006-2019年中国服装产量统计

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/195397.html>