

2024-2030年中国男装行业 发展态势与前景趋势报告

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

《2024-2030年中国男装行业发展态势与前景趋势报告》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/202403/444587.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国男装行业发展态势与前景趋势报告》共十二章。首先介绍了男装行业市场发展环境、男装整体运行态势等，接着分析了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发展现状及特征 第一节中国男装行业进入大分化时代 第二节男装行业渐入调整周期 一、景气下行，子行业分化 二、以价为先的增长方式面临转换 三、行业增速向社零总额回归 四、主流男装行业：进入周期主导阶段 第二章2022年中国男装行业运行分析 第一节2022年中国男装行业运行分析 一、男装行业的形势特点 二、男装产业集群效应显著 三、男装市场前景良好 四、男装产业的发展趋势 第二节2022年中国男装行业运行分析 一、2022年国内高级男装利润普降 二、2022年男装市场粗放扩张时代终结 三、2022年男装市场机遇与挑战并存 第三节2022年中国男装市场存在的问题及机遇 一、国际经济放缓服装出口受阻 二、店铺租金高企制约市场拓展 三、服装巨头雅戈尔回归主业 四、转变理念男装寻求突破 第三章男装各类服装市场容量 第一节中国男装各类服装市场容量 一、产品市场结构 二、品牌市场结构 三、区域市场结构 四、渠道市场结构 第二节中国职业装（西装、衬衫）市场分析 一、需求分析 二、供给分析 三、市场特征分析 四、竞争格局分析 第三节中国正装（零售市场-西装、衬衫）市场供需监测分析 一、需求分析 二、供给分析 三、市场特征分析 第四节中国商务休闲装、休闲装市场分析 一、需求分析 二、供给分析 三、市场特征分析 三、竞争格局分析 第四章我国时尚商务男装市场分析 第一节时尚商务男装 一、概述 二、市场分析 三、大众时尚男装趋势 第二节商务休闲男装做电商策略分析 一、商务休闲男装警钟频响 三、发展瓶颈日益明显 三、电子商务孕育的希望 第三节GXG 一、公司概况 二、品牌发展 三、目标客户 四、收购事件 五、GXG盈利及营销模式 六、GXG首次试水O2O联动无线端 七、森马收购GXG面临的整合和发展 第四节太平鸟 一、太平鸟：用实际行动践行着“创意快时尚” 二、太平鸟：传统服装业的新价值取向 三、太平鸟拟IPO募资完善营销网络 第五节国际设计师商务时尚男装品牌进驻中国高端市场 第五章我国男装行业市场竞争分析 第一节中国男装进入自主品牌竞争时代 第二节中国本土男装品牌崛起 一、本土男装：品牌崛起 二、渠道：百丽以下，安踏以上 第三节新竞争格局下男装行业正在经历大变局 一、净利润增长情况分析 二、男装品牌发展滞后成主因 三、男装品牌升级强调设计 第六章

中国男装行业重点企业分析 第一节雅戈尔集团股份有限公司 一、公司概况 二、企业经营情况分析 三、企业财务数据分析 四、公司发展展望及策略 第二节上海美特斯邦威服饰股份有限公司 一、公司概况 二、企业经营情况分析 三、企业财务数据分析 四、公司发展展望及策略 第三节福建七匹狼实业股份有限公司 一、公司概况 二、企业经营情况分析 三、企业财务数据分析 四、公司发展展望及策略 第四节九牧王股份有限公司 一、公司概况 二、企业经营情况分析 三、企业财务数据分析 四、公司发展展望及策略 第五节浙江森马服饰股份有限公司 一、公司概况 二、企业经营情况分析 三、企业财务数据分析 四、公司发展展望及策略 第六节浙江报喜鸟服饰股份有限公司 一、公司概况 二、企业经营情况分析 三、企业财务数据分析 四、公司发展展望及策略 第七节江苏红豆实业股份有限公司 一、公司概况 二、企业经营情况分析 三、企业财务数据分析 四、公司发展展望及策略 第八节希努尔男装股份有限公司 一、公司概况 二、企业经营情况分析 三、企业财务数据分析 四、公司发展展望及策略 第九节浙江步森服饰股份有限公司 一、公司概况 二、企业经营情况分析 三、企业财务数据分析 四、公司发展展望及策略 第七章2022年中国服装业运行情况分析 第一节2022年我国服装行业经济运行情况分析 一、2022年服装行业景气情况 二、2022年服装市场运行情况 三、2022年服装所属行业进出口情况 四、2022年服装行业投资情况 五、2022年服装所属行业经营情况 第二节2018-2022年我国服装所属行业经济运行情况分析 一、2020年服装所属行业经济运行情况分析 二、2022年服装所属行业经济运行情况分析 三、2022年中国服装行业发展趋势分析预测 第八章服装销售渠道与营销策略分析 第一节2022年我国服装商业发展概况 一、服装零售业商业开发快速发展 二、纺织服装行业需要寻求新商业模式 三、国内服装产品快速进入市场商业化运作模式 第二节中国服装销售渠道分析 一、我国服装销售渠道的模式 二、终端控制能力是中国服装企业及其品牌成败的关键 三、服装产业渠道销售之痛 四、中国服装产业销售渠道发展策略 五、服装流通渠道变化的因素 第三节中国服装电子商务渠道分析 一、国内服装网购交易规模 二、中国服装的电商之路 三、传统服装企业开展电子商务的渠道 第四节中国纺织服装专业市场分析 一、服装专业市场分析 二、服装专业市场转型势在必行 第五节服装批发市场分析 一、服装批发市场的发展特征 二、服装批发市场的三大类型 三、服装批发市场按照地区划分的六大板块 四、中国大中型服装批发市场一览 第六节中国服装企业市场营销策略综述分析 一、生活水平与服装观念 二、实际消费需求的产生 三、服装流行的特点 四、服装流行的基本规律 五、服装流行的基本法则 六、服装流行花期 七、服装六大属性 八、服装二大族类 九、女性顾客三大族 十、服装购买三步曲 十一、服装购买的特点 第七节服装企业的定制营销 一、建立数据库掌握顾客需求 二、用柔性制造提速定制服务 三、敏捷供应链为定制护航 四、用网络提供互动平台 第八节供应链管理下的服装企业库存研究 一、供应链管理下服装企业库存研究的概述 二、当前服装企业库

存管理中存在的问题 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 第九章2024-2030年服装行业发展趋势预测 第一节2024-2030年服装业发展主要趋势 一、国内国际经济发展趋势竞争日趋激烈 二、国际贸易环境及变数世界贸易格局将变 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 四、产业结构调整和产业创新设计能力带动行业创新 五、品牌发展和营运趋势市场将成为品牌通路控制者 六、产业供应链发展趋势条件更加成熟 七、专业化、标准化、科技创新和新营运模式发展趋势 八、服装需求、消费和市场趋势个性消费和时尚消费时代 九、企业战略发展和现代管理发展趋势 第二节2024-2030年中国服装产业机遇与挑战 一、服装产业面临的机遇 二、服装产业面临的挑战 三、中国服装业发展的困惑 四、中国服装产业发展正经历第二次浪潮 第三节2024-2030年中国服装行业发展指南 第十章2024-2030年中国男装行业发展前景及趋势预测 第一节2024-2030年中国男装行业市场格局预测 一、市场现状——大众市场仍唱主角 二、中档消费居多大众市场占主导 三、国际消费萎靡高端市场压力增大 四、市场竞争手段成本竞争转向综合竞争 第二节正装休闲融合，商务休闲将走俏市场 第三节区域消费不等，市场差距将明显拉开 第四节高端男装行业：聚焦三四线城市的成长机遇 一、高端男装行业尚处于发展的早期 二、三四线城市蕴藏扩张机遇 第五节未来商场男装区域最热衷引进的六大类型品牌 一、商场男装区的发展 二、男装消费需求增大 三、六大类型男装品牌 第十一章2024-2030年中国男装市场投资机会分析 第一节2024-2030年中国男装行业投资吸引力分析 一、行业成长潜力 二、行业的竞争力量变动趋势 第二节行业盈利水平分析 一、行业盈利驱动因素带来的影响 二、主要企业在行业中的竞争地位 三、企业实力变动趋势 四、企业成功同核心竞争力的匹配程度 第十二章2024-2030年中国男装行业发展战略分析 第一节男装需求的发展趋势 一、男装市场总体需求趋势 二、衬衫市场需求趋势 三、西服市场需求趋势 第二节男装新产品开发方向 一、纳米男装 二、职场男装的发展方向 三、防静电服装市场前景看好 四、智能服装的时尚化通道 第三节男装品牌运作策略 一、男装品牌运作风险分析 二、男装品牌运作机会分析 第四节服装企业品牌定位策略分析 一、品牌的产品属性定位 二、品牌的消费群体定位 三、消费群体的购买习惯定位 四、消费群体的文化层次定位 五、品牌的风格及文化定位 六、品牌的营销定位 七、在品牌的定位过程中应注意的问题 第五节中国男装的国际化竞争策略 一、在产品设计方面 二、在品牌运作方面 三、在专业人才培养方面 图表目录：图表：国内男装零售额维持较快增长 图表：主要男装企业订货会数据出现下滑 图表：日本男装户均消费增速低于总体（以名义货币计） 图表：男装行业的生命周期 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 图表：目前国内男装行业尚处于低烈度竞争状态 图表：广告、人工成本亦呈现显著增加 图表：中国男装各类服装市场容量分析 图表：按消费层次划分男装市场产品结构 图表：男装市场产品市场结构（按价格阶段划分） 图表：中

国职业装市场需求分析 图表：中国职业装市场需求分析 图表：中国职业装市场特征分析 图表：中国正装市场需求分析 图表：中国正装市场需求分析 图表：中国正装市场特征分析 图表：中国休闲装市场需求分析 图表：中国休闲装市场需求分析 图表：中国休闲装市场特征分析 更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202403/444587.html>