

2020-2026年中国男装市场 深度分析与行业前景预测报告

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

《2020-2026年中国男装市场深度分析与行业前景预测报告》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/202008/180374.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

随着社会环境的变化和互联网的高速发展，消费者对服饰的穿着需求也在不断地更新中，个性男装定制店铺在城市中悄然兴起，越来越多的人，尤其是男士开始注重个性化定制，男装定制更是成为了一种新的时尚和生活方式。

目前国内的男装定制正处于初级发展阶段，不过由于互联网新兴势力的飞速发展，个性定制正在颠覆千篇一律的同质产品，同时大量资本也在不断地涌入到行业里，他们无疑是看到了这块存在着巨大潜力的消费市场。

女性在生活中更关注男装，很多女性承担了购买男装的角色，她们分别是为男友购买、为爸爸购买、为老公购买。因此，男装品牌在做营销活动时，除了考虑产品的直接受众，同时可以考虑其对应的可能购买者，如其女朋友、子女、妻子等。男装人群的性别比例

随着“80后”、“90后”消费者成为男装消费主体，消费群体越来越追求独立的思想和独特的品位，未来服装的个性化消费迎来新的发展契机，个性化和定制化将成为服装消费新趋势。提及定制男装的人群分布十分明显，一线、二线城市合计占比接近六成，而提及定制男装的品类偏好也非常明显，除了西装，衬衫和T恤的提及数也非常多。

网购年龄段分布

中企顾问网发布的《2020-2026年中国男装市场深度分析与行业前景预测报告》共十四章。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 2013-2018年国际服装行业发展分析

1.1 国际服装市场运行状况

1.1.1 全球服装市场发展综述

1.1.2 全球纺织品服装贸易特点

1.1.3 全球服装行业进出口状况

1.1.4 全球奢侈品服装巨头战略动向

1.2 美国

1.2.1 美国服装行业发展态势

1.2.2 美国纺织服装对外贸易分析

1.2.3 美国服装折扣市场发展活跃

1.2.4 美国服装零售巨头战略动向

1.3 意大利

1.3.1 意大利服装行业发展态势

1.3.2 意大利纺织服装贸易状况

1.3.3 意大利纺织服装区域格局

1.4 法国

1.4.1 法国服装纺织品市场状况

1.4.2 法国服装行业进出口状况

1.4.3 法国服装业外部环境恶劣

1.5 日本

1.5.1 日本服装产业的发展特点

1.5.2 日本服装进口状况分析

1.5.3 日本企业兴起服装回收热潮

1.5.4 日本服装企业竞争战略借鉴

1.6 韩国

1.6.1 韩国线上服装品牌发展状况

1.6.2 韩国服装业转向SPA经营模式

1.6.3 韩国服装品牌在华发展态势

1.6.4 韩国服装业的发展战略解析

1.6.5 韩国服装企业的营销方式分析

第二章 2013-2018年中国服装所属行业发展分析

2.1 中国服装行业发展状况

2.1.1 产业链分析

2.1.2 行业发展特征

2.1.3 行业发展历程

2.1.4 行业运营现状

- 2.1.5 产业的区域性转移
- 2.1.6 行业发展思考
- 2.2 我国服装产业集群情况分析
 - 2.2.1 产业集群概况
 - 2.2.2 产业集群发展成就
 - 2.2.3 影响产业集群发展的因素
 - 2.2.4 产业集群发展建议
 - 2.2.5 产业集群战略剖析
 - 2.2.6 产业集群发展趋势
- 2.3 中国服装产业国际贸易状况
 - 2.3.1 2018年我国服装出口贸易状况
 - 2.3.2 2018年服装出口分析
 - 2.3.3 我国服装出口的主要风险及防范对策
- 2.4 中国服装市场营销分析
 - 2.4.1 服装行业步入移动网络营销时代
 - 2.4.2 品牌服装企业的销售模式分析
 - 2.4.3 线上线下互动营销成为服装业趋势
 - 2.4.4 我国服装营销存在的缺陷分析
- 2.5 中国服装业竞争力解析
 - 2.5.1 我国服装行业竞争结构分析
 - 2.5.2 中国纺织服装行业仍然具竞争优势
 - 2.5.3 中国纺织服装企业竞争力分析
 - 2.5.4 服装行业的竞争趋势透析
- 2.6 中国服装行业发展问题及对策措施
 - 2.6.1 中国服装行业发展中的弊病
 - 2.6.2 中国服装品牌代理商面临的主要难题
 - 2.6.3 中国服装行业发展壮大的对策
 - 2.6.4 解析服装产业创新系统的构成要素
- 2.7 中国服装行业的投资分析及发展趋势
 - 2.7.1 我国服装行业投资现状
 - 2.7.2 中国服装行业发展前景分析
 - 2.7.3 个性服装定制市场发展空间分析

2.7.4 中国服装行业发展趋势分析2017-2021年中国纺织服装、服饰行业总资产预测

第三章 2013-2018年男装产业发展分析

3.1 2013-2018年国际男装产业的发展

3.1.1 国际男装产业发展总析

3.1.2 意大利男装产业发展状况

3.1.3 俄罗斯男装消费市场分析

3.1.4 印度男装市场发展状况

3.2 中国男装产业发展状况

3.2.1 行业发展态势

3.2.2 市场规模状况

3.2.3 市场需求变化状况

3.2.4 市场消费者分析

3.3 男装品牌发展分析

3.3.1 市场品牌态势

3.3.2 市场品牌格局状况

3.3.3 制约品牌发展的因素

3.3.4 发展的四大策略探析

3.4 男装市场营销分析

3.4.1 男装市场兴起跨界营销

3.4.2 男装进入精细化管理时代

3.4.3 中国男装品牌典型运营模式分析

3.4.4 中国男装营销的误区

3.4.5 闽派男装营销成功之借鉴

3.4.6 未来男装市场营销趋向

3.5 男装产业竞争格局解析

3.5.1 中日男装竞争模式对比分析

3.5.2 男装市场竞争态势分析

3.5.3 男装市场的跨界竞争

3.5.4 中国男装企业核心竞争力探讨

3.5.5 中国男装企业打造核心竞争力的对策

3.6 男装行业面临的挑战及发展思路

3.6.1 中国男装企业发展三大难题

3.6.2 国产男装之窘境

3.6.3 中国男装产业发展之路

第四章 2013-2018年男西装市场发展分析

4.1 西装相关概述

4.1.1 西装简介

4.1.2 西装的历史发展

4.1.3 西装的分类

4.1.4 西装的工艺

4.2 国际男西装市场的发展

4.2.1 日本男西服市场出现细分

4.2.2 美国男西装市场的发展

4.2.3 意大利西装品牌发力亚非市场

4.3 中国男西装行业发展分析

4.3.1 中国西装市场整体发展状况

4.3.2 中国高端男西装市场分析

4.4 2013-2018年男西装市场集中度现状

4.4.1 2018年男西装市场占有率状况

4.4.2 2018年男西装市场占有率状况

4.4.3 2018年男西装市场占有率状况

第五章 2013-2018年男衬衫发展分析

5.1 衬衫的相关概述

5.1.1 衬衫的发展历史

5.1.2 衬衫的颜色

5.1.3 男士衬衫的款式与特色

5.2 男衬衫工艺流程及其设计解析

5.2.1 工艺流程选择的原则

5.2.2 面料的选择与分析

5.2.3 产品定位及款式特征

5.2.4 生产流水线的设计

5.2.5 缝纫工序分析

5.3 中国男衬衫市场分析

5.3.1 品牌分析

5.3.2 市场占有率

5.3.3 电商销售动态

5.4 男衬衫开展电子商务的可行性分析

5.4.1 电子商务概述

5.4.2 服装电商运作背景分析

5.4.3 男衬衫电商发展可行性分析

5.4.4 男衬衫开展电商的优势

5.4.5 男衬衫开展电商的劣势

5.5 影响男衬衫生产的因素分析

5.5.1 男衬衫生产状况及前景

5.5.2 生产设备对男衬衫生产的影响

5.5.3 质量管理对男衬衫生产的影响

5.6 男衬衫消费者调查分析

5.6.1 样本基本信息

5.6.2 生活消费观念

5.6.3 男式衬衫消费偏好

5.6.4 网络购物的特征

第六章 2013-2018年男士内衣市场发展分析

6.1 男士内衣产业的发展

6.1.1 男士内衣市场发展态势

6.1.2 中国男士内衣市场消费特征

6.1.3 中国男士内衣行业跃进全新营销时代

6.2 中国男士内衣品牌市场分析

6.2.1 男士品牌内衣市场基本态势

6.2.2 男士内衣市场品牌格局

6.2.3 男士内衣市场中高端品牌特点

6.3 男士内衣市场问题与策略

6.3.1 中国男性内衣市场发展缺陷

6.3.2 中国男士内衣营销策略透析

6.3.3 中国男士内衣品牌发展之路

第七章 2013-2018年领带行业发展分析

7.1 领带的相关概述

7.1.1 领带的介绍

7.1.2 领带的分类

7.1.3 简述领带的制作过程

7.2 2013-2018年领带行业发展综述

7.2.1 中国领带生产的优势

7.2.2 我国进一步规范领带标准

7.2.3 中国领带业面临的威胁

7.2.4 中国领带业需加快产业升级

7.3 中国领带产业竞争分析

7.3.1 低档领带的价格过度竞争

7.3.2 中档领带竞争日趋激烈

7.3.3 高档领带的寡头市场竞争

7.4 浙江嵊州领带产业分析

7.4.1 行业发展现状

7.4.2 推动领带产业转型升级

7.4.3 产业转型升级发展思路

7.4.4 建设“国际性领带都市”的战略

7.5 中国领带产业存在的问题

7.5.1 领带科技含量低

7.5.2 品牌意识不强

7.5.3 专业人才匮乏

7.5.4 无序竞争严重

7.6 中国领带业发展方向

7.6.1 需文化与工艺相结合

7.6.2 产业发展的主攻方向

第八章 2013-2018年男装其他细分行业的发展

8.1 休闲男装

8.1.1 休闲男装市场总体分析

8.1.2 休闲男装市场规模状况

8.1.3 商务休闲男装市场的发展

8.1.4 中国休闲服装品牌营销策略

8.2 运动男装

8.2.1 运动服行业运行态势分析

8.2.2 运动服装市场集中度状况

8.2.3 运动服装行业转型发展状况

第九章 2013-2018年中国部分省市男装产业分析

9.1 温州男装行业的发展

9.1.1 行业发展轨迹

9.1.2 行业发展现状

9.1.3 批发市场格局

9.1.4 高端市场的发展

9.1.5 行业转型方向

9.2 泉州男装行业的发展

9.2.1 行业发展轨迹

9.2.2 专业市场状况

9.2.3 电商市场的拓展

9.2.4 行业发展动态

9.3 福建男装行业的发展

9.3.1 企业资本市场状况

9.3.2 市场发展动态

9.3.3 企业发展的建议

9.4 其他男装行业的发展

9.4.1 山东

9.4.2 宁波奉化析

9.4.3 惠州

第十章 2013-2018年中国男装主要产品所属行业进出口状况分析

10.1 中国男式西服进出口数据分析

10.1.1 2013-2018年中国男式西服进出口总量数据分析

10.1.2 2013-2018年主要贸易国男式西服进出口情况分析

10.1.3 2013-2018年主要省市男式西服进出口情况分析

10.2 中国男衬衫进出口数据分析

10.2.1 2013-2018年中国男衬衫进出口总量数据分析

10.2.2 2013-2018年主要贸易国男衬衫进出口情况分析

10.2.3 2013-2018年主要省市男衬衫进出口情况分析

10.3 中国男式内衣进出口数据分析

10.3.1 2013-2018年中国男式内衣进出口总量数据分析

10.3.2 2013-2018年主要贸易国男式内衣进出口情况分析

10.3.3 2013-2018年主要省市男式内衣进出口情况分析

10.4 中国领带及领结进出口数据分析

10.4.1 2013-2018年中国领带及领结进出口总量数据分析

10.4.2 2013-2018年主要贸易国领带及领结进出口情况分析

10.4.3 2013-2018年主要省市领带及领结进出口情况分析

10.5 中国男式游泳服进出口数据分析

10.5.1 2013-2018年中国男式游泳服进出口总量数据分析

10.5.2 2013-2018年主要贸易国男式游泳服进出口情况分析

10.5.3 2013-2018年主要省市男式游泳服进出口情况分析

第十一章 2013-2018年纺织所属行业及面料发展分析

11.1 我国服装纺织所属行业运行现状

11.1.1 行业生产状况

11.1.2 行业投资状况

11.1.3 行业外贸分析

11.1.4 企业运行质量

11.2 麻纺行业的发展

11.2.1 行业运行状况

11.2.2 行业发展现状

11.2.3 行业面临的问题

11.2.4 行业发展策略

11.3 毛纺行业的发展

11.3.1 产品生产状况

11.3.2 行业投资状况

11.3.3 工业增加值分析

11.3.4 对外贸易状况

11.3.5 企业盈利状况

11.4 棉纺行业的发展

11.4.1 经济运行现状

11.4.2 市场价格分析

11.4.3 行业政策影响分析

11.4.4 行业财务分析

11.4.5 市场进出口现状

11.4.6 行业制约因素及策略

11.5 丝绸行业的发展

11.5.1 行业发展现状综述

11.5.2 产品进出口现状

11.5.3 行业国际化发展中的问题

11.5.4 行业国际化发展可行性措施

第十二章国外男装重点企业发展分析

12.1 Kering集团

12.1.1 公司简介

12.1.2 云开集团经营状况分析

12.2 HUGO BOSS

12.2.1 公司简介

12.2.2 雨果博斯经营状况分析

12.3 Christian Dior Group

12.3.1 公司简介

12.3.2 法国迪奥集团经营状况分析

第十三章国内男装重点上市公司经营状况分析

13.1 雅戈尔集团股份有限公司

13.1.1 企业发展概况

13.1.2 经营效益分析

13.1.3 业务经营分析

13.1.4 财务状况分析

13.1.5 未来前景展望

13.2 江苏红豆实业股份有限公司

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 经营效益分析

13.2.3 业务经营分析

13.2.4 财务状况分析

13.2.5 未来前景展望

13.3 宁波杉杉股份有限公司

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 经营效益分析

13.3.3 业务经营分析

13.3.4 财务状况分析

13.3.5 未来前景展望

13.4 福建七匹狼实业股份有限公司

13.4.1 企业发展概况

13.4.2 经营效益分析

13.4.3 业务经营分析

13.4.4 财务状况分析

13.4.5 未来前景展望

13.5 浙江报喜鸟服饰股份有限公司

13.5.1 企业发展概况

13.5.2 经营效益分析

13.5.3 业务经营分析

13.5.4 财务状况分析

13.5.5 未来前景展望

13.6 上市公司财务比较分析

13.6.1 盈利能力分析

13.6.2 成长能力分析

13.6.3 营运能力分析

13.6.4 偿债能力分析

第十四章中国男装行业投资及前景趋势分析

14.1 中国男装行业投资分析

14.1.1 男装行业进入门槛

14.1.2 男装行业融资动态

14.1.3 我国男装市场投资机遇

14.1.4 男装投资可行性分析

14.1.5 男装行业投资建议

14.2 中国男装行业发展趋势及预测

14.2.1 未来我国男装行业发展分析

14.2.2 中国男装市场的发展趋势预测

14.2.3 中国高级男装消费趋势渐强

14.2.4 2020-2026年中国男装行业预测分析

附录

附录一：纺织工业调整和振兴规划

附录二：出口服装检验管理规定

附录三：国家纺织产品基本安全技术规范

图表目录：

图表 1 2018年全球服装出口前十位国家和地区统计

图表 2 2018年全球服装进口前十位国家和地区统计

图表 3 2018年美国零售总额及服装零售总额对比

图表 4 美国实际服装支出

图表 5 美国服装零售价格走势

图表 6 不同渠道的美国可比商店服装销售额均值变化

图表 7 美国服装消费者愿意购买的产品（按营销方式分）

图表 8 美国服装总进口

图表 9 美国服装主要进口国

图表 10 2016-2018年美国进口纺织服装金额统计

图表 11 2018年美国进口中国纺织服装金额统计

图表 12 2018年美国进口越南纺织服装金额统计

图表 13 制造业产业链基本结构

图表 14 服装产业链架构

图表 15 2018年中国服装行业规模以上企业产量增幅情况示意图

图表 16 2013-2018年中国社会消费品及服装类零售总额增速情况

图表 17 2018年中国各渠道服装销售额增长情况

图表 18 2018年中国服装产业集群地区企业盈利能力

图表 19 2018年服装行业规模以上企业产量情况

图表 20 2018年服装及衣着附件业出口额情况

图表 21 2018年服装及衣着附件业单月出口额统计图

图表 22 2018年服装及衣着附件业出口额累计增长趋势图

图表 23 2018年我国对传统市场服装出口金额情况

图表 24 2018年我国对传统市场服装出口数量情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/180374.html>