

# 2009年中国男装行业市场分析及投资咨询报告

## 报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009年中国男装行业市场分析及投资咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/3213132131.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

### 第一章 2008年中国男装市场发展环境

#### 一、2008年中国经济发展环境

- (一) 2008年中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2008年中国男装市场发展政治环境

- (一) 服装标准制修订及报批情况
- (二) 洗涤褪色服装将出行业国标
- (三) 《纳米技术处理服装》正式列入广东省地方标准

#### 三、2008年中国男装市场发展社会环境

### 第二章 2008年中国服装纺织行业发展状况

#### 一、2008年中国服装行业发展概况

- (一) 服装总体市场
- (二) 服装品牌运营模式
- (三) 服装品牌运营模式
- (四) 消费者购买心理
- (五) 纺织服装市场新模式正在涌现

#### 二、2008年中国服装发展

- (一) 男装业：期待突破技术瓶颈
- (二) 女装业：国际化经营再上新台阶
- (三) 童装业：成人装品牌可能介入

#### 三、2008年中国服装出口情况简析

- (一) 出口数量增速大幅回落
- (二) 出口单价平稳上扬，产品结构继续调整
- (三) 梯度转移缓缓推进
- (四) 出口区域多元化程度深化
- (五) 一般贸易仍为主流

#### 四、2008年中国纺织品服装外贸出口情况

- (一) 低迷困局，一时难解
- (二) 部分产品逆势而上
- (三) 自贸区：一个合法的规避港
- (四) 竞争力提高毋庸置疑

### 第三章 2008年中国男装行业运行现状

#### 一、2008年中国男装行业发展简况

- (一) 2008年男装行业发展概况
- (二) 现阶段中国男装行业发展特点
- (三) 男装行业存在的问题与建议
- 二、2008年中国男装市场发展状况
  - (一) 我国男装市场运行
  - (二) 男装销量同比下降主要原因
  - (三) 民族男装品牌称雄市场
  - (四) 后奢侈品时代的中国高级男装市场
  - (五) 男装行业品牌决定未来
- 三、2008年中国男装市场价值链
  - (一) 研发基础薄弱，创新能力欠缺
  - (二) 面料：中国男正装创名牌的瓶颈
  - (三) 管理资源单一，渠道合作欠佳
  - (四) 服装业流通渠道不完善
- 四、2008年中国本土男装品牌发展形势
  - (一) 推设计师品牌
  - (二) 引进国外奢侈品牌
  - (三) 进军国际销售渠道
- 第四章 2008中国男装进出口市场状况
  - 一、中国男装进出口
    - (一) 低价竞争的隐患长期存在
    - (二) 出口快速增长
    - (三) 出口市场集中度低
    - (四) 各种贸易摩擦接连不断，建立预警机制迫在眉睫
    - (五) 海外市场贸易保护主义重新抬头
  - 二、中国男装出口的主要贸易壁垒及应对措施
    - (一) 中国男装出口贸易壁垒
    - (二) 中国男装企业扩大出口的对策
  - 三、日本男装市场
    - (一) 日本市场男装西服市场出现细分
    - (二) 日本国产男装品牌竞推自主管理店铺
    - (三) 日本男装零售商向女装和童装业务扩展
  - 四、美国男装市场
    - (一) 雅戈尔完成对美国KELLWOOD男装业务并购
    - (二) 美国第一男装品牌HSM加速拓展中国市场

## 五、欧盟男装市场

- (一) 男西服在法国市场重新热卖
- (二) 2008年波司登男装专卖店率先登陆英国
- (三) 2008年德国知名休闲品牌男装瞄准都市白领需求

## 第五章 2008年中国男装市场消费者调研

### 一、2008年中国男装消费者市场细分

- (一) 男装市场细分指标
- (二) 我国人口细分与男装市场人口结构
- (三) 年龄结构细分与男装市场消费结构
- (四) 消费者利益细分与男装市场消费结构
- (五) 地理位置细分与男装市场

### 二、2008年中国男装主要消费群体划分情况

- (一) 男装消费群体划分
- (二) 男性消费心理及行为特征
- (三) 男装消费特点及趋势

### 三、2008年影响中国男装消费者购买行为的因素

- (一) 社会文化
- (二) 流行时尚
- (三) 男装的心理学功能与特征
- (四) 商品价格
- (五) 商品广告
- (六) 消费者收入

### 四、2008年中国男装消费者购买行为的变化

- (一) 从套装到单件
- (二) 从3/7到7/3
- (三) 用做女装方法做男装

## 第六章 2008年中国男装市场销售渠道

### 一、2008年中国男装开拓国际市场的方式

- (一) 在欧美等国际市场创建自己的品牌
- (二) 在全球市场上收购当地的产品品牌
- (三) 收购拥有全球分销渠道的零售企业

### 二、2008年中国本土男装营销新渠道

- (一) “出走”的两大原因
- (二) 寻求营销新渠道
- (三) 批量订制的优劣

### 三、2008年中国品牌男装营销误区

- (一) 营销=广告
- (二) 无基础
- (三) 与设计打架
- (四) 只要知名度不要美誉度
- (五) 攀比
- (六) 蜻蜓点水

### 四、2008年中国男装网络直销状况

- (一) 三雄逐鹿，各守阵地
- (二) 制胜法宝
  - (一) 全尺码的西装网络专卖
  - (二) “易退换，零风险”的美国式售后服务
  - (三) 纽约休闲新时尚

### 五、2009-2012年中国男装销售渠道发展趋势

- (一) 复合营销网络
- (二) 实施品牌经营
- (三) 与零售业结成联盟

## 第七章 2008年中国男装重点细分市场发展状况

### 一、西服

- (一) 全球男士西服领域的变化
- (二) 中国西服行业发展概况
- (三) 中国西服与国外对比情况
- (四) 国产西服问题
- (五) 塑造西服业顶级品牌策略
- (六) 西服市场切入策略
- (七) 中国西服市场的发展趋势

### 二、衬衫

- (一) 中国衬衫行业概况
- (二) 中国衬衫市场的特点
- (三) 中国衬衫市场需求结构调整的
- (四) 雅戈尔成国家衬衫行业标准制订者

### 三、领带

- (一) 我国领带行业发展现状
- (二) 2008年领带标准完成首次修订
- (三) 嵊州改造提升中国领带城发展规划

#### 四、西裤

- (一) 中国西裤产销现状
- (二) 中国西裤销售
- (三) 西裤主要品牌市场占有率
- (四) 领先品牌

#### 五、休闲服

- (一) 我国休闲服概况
- (二) 我国休闲服装市场特点
- (三) 领先品牌

### 第八章 2008年中国男装市场竞争态势

#### 一、2008年中国男装市场的竞争现状

- (一) 中国男装市场总体竞争格局
- (二) 主要男装领先品牌市场占有率
- (三) 我国中低档休闲男装进入竞争升级阶段
- (四) 形象代言人竞争
- (五) “盗版”男装严重冲击市场

#### 二、2008年中国男装品牌竞争状况

- (一) 男装市场空间仍大
- (二) 自主品牌企业必然后来居上
- (三) 五大因素综合作用成就未来顶级品牌

#### 三、2008年中日男装产业竞争模式比较

- (一) 男式西装的高市场占有率
- (二) 日本西装市场的低价位趋向
- (三) 中国男装市场的同质化趋向

#### 四、2008年中国男装市场竞争的发展态势

### 第九章 2008年中国男装重点区域市场发展形势

#### 一、北京男装市场

- (一) 北京男装市场容量
- (二) 北京商场男装销售情况
- (三) 北京市场渠道
- (四) 北京男装市场促销

#### 二、上海

- (一) 上海男装市场容量
- (二) 上海地区市场
- (三) 逐鹿上海滩需要注意的问题

(四) 2008年上海国产男装品牌份额骤降

### 三、福建

(一) 福建休闲男装品牌快速发展原因探究

(二) 福建休闲男装品牌的竞争日趋激烈

(三) 福建领先的休闲男装品牌竞争情况

(四) 福建男装品牌与消费者

(五) 2008年福建男装集体发力一线城市

### 四、浙江

(一) 温州男装概况

(二) 温州男装转型中的

(三) 温州男装品牌发展经验

(四) 男装销量宁波多项全国第一

(五) 宁波男装品牌继续保持全国领先地位

## 第十章 中国男装行业优势企业

### 一、雅戈尔集团股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

### 二、宁波杉杉股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

### 三、江苏红豆实业股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

### 四、福建七匹狼实业股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

### 五、浙江报喜鸟服饰股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

## 第十一章 2009-2012年中国男装行业未来发展战略



## 一、2009-2012年中国男装品牌运作策略

- (一) 男装品牌运作风险
- (二) 男装品牌运作机会
- (三) 男装品牌畅通的传播策略和宣传渠道

## 二、2009-2012年中国服装企业品牌定位策略

## 三、2009-2012年中国男装品牌成功转型战略

- (一) 男装产业，正进入关键性转型期
- (二) 品牌文化，企业做大做强的必由之路
- (三) 高处着眼，突破发展瓶颈成功实现转型

## 四、2009-2012年中国男装的国际化战略

- (一) 行走在“国际化”道路上的中国服装
- (二) 服装品牌国际化竞争的战略要点

## 第十二章 2009-2012年中国男装行业发展趋势及投资分析

### 一、2009-2012年中国男装面料供应发展趋势

- (一) 新合纤应运而生
- (二) 天然纤维面临挑战
- (三) 功能性面料大量开发
- (四) 新型纤维的开发和利用
- (五) 强调纱线结构变化
- (六) 涂层织物
- (七) 强调质感和表面效应的绉类、绒类和闪光灯面料

### 二、2009年男装行业流行趋势

- (一) 2009年春夏男装“流行色彩”趋势
- (二) 2009年春夏男装趋势
- (三) 2009年男装潮牌流行趋势

### 三、2009-2012年中国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) 我国男衬衫开始步入产品风格细化时代
- (四) 商务装注入休闲魔力
- (五) 防静电服装市场前景看好
- (六) 智能服装的时尚化通道

### 四、2009-2012年中国男装行业市场格局预测

- (一) 中档消费居多，大众市场仍占主导
- (二) 正装休闲融合，商务休闲将走俏市场

(三) 区域消费不等，市场差距将明显拉开

## 五、2009-2012年中国男装行业投资

(一) 中国男装行业投资环境

(二) 中国男装行业投资机会

(三) 中国男装行业投资风险

## 六、中国男装行业投资建议

(一) 从套装到单件

(二) 用做女装方法做男装

(三) 培养品牌

(四) 规模效应

图表目录(部分)：

图表：2008年中国GDP增长情况

图表：2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表：2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表：2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表：2001-2008年中国进出口走势

图表：2001-2008年中国失业率走势

图表：2007-2008年中国货币供应量

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化(同比增长率%)

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化(同比增长率%)

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长(同比增长率%)

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/3213132131.html>