

中国男装市场调查及未来五年盈利前景预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国男装市场调查及未来五年盈利前景预测报告》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/212142212142.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

1.2中国男装行业最新国家标准介绍

1.2.1《服装号型男子》标准实施

1.2.2《领带》国家标准正式实施

1.2.3《男西服、大衣》标准实施

1.2.4夹克标准制定工作进展分析

第二章中国男装行业的发展环境分析

2.1中国休闲服装行业发展的经济环境

2.2中国服装行业发展情况分析

2.2.1中国服装行业运行状况分析

2.2.2中国服装行业市场规模变化分析

2.2.3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中国服装市场发展趋势分析

2.3中国男装行业发展的政策环境分析

2.3.1《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》

2.3.2工信部加强产品质量体系标准化建设

2.3.3印染行业加强淘汰落后产能工作

2.3.4网店实名制开始施行

第三章全球男装行业发展现状分析

3.1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主要国家服装产量及出口概况

3.1.3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意大利男装产业发展现状分析

3.3.3韩国男装以传统品牌为主导

3.3.4印度男装工业发展迅速

第四章中国男装行业发展现状分析

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

4.3中国男装行业发展现状分析

4.3.1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希努尔男西服科技创新分析

4.3.4中国男装流行款式分析

4.4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中国本土男装品牌升级案例分析

4.4.4中国本土男装品牌营销特征分析

4.5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趋势分析

4.5.3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中国品牌男装开拓区域市场的措施分析

第五章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“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 温州男装行业发展现状分析

5.2.3 嵊州领带业发展优势分析

5.2.4 嵊州领带集体提价现象分析

5.3 “闽派”男装产业发展现状分析

5.3.1 泉州时尚休闲男装产业特色分析

5.3.2 石狮男装的品牌营销策略分析

第六章 中国男装市场发展现状分析

6.1 中国男装市场规模总体分析

6.1.1 中国男装市场规模分析

6.1.2 中国男装市场现状分析

6.1.3 中国休闲男装市场规模分析

6.2 中国男装细分市场规模分析

6.2.1 中国男士上衣市场规模分析

6.2.2 中国男士衬衫市场规模分析

6.2.3 中国男士长裤和短裤市场规模分析

6.2.4 中国男西装市场规模分析

6.2.5 中国男士夹克和外套市场规模分析

6.3 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 中国主要男装零售状况分析

6.4.1 中国服装零售总体规模分析

6.4.2 中国男西装零售量分析

6.4.3 中国男衬衫零售量分析

6.5 上海男装服装零售市场现状分析

6.5.1 上海男式休闲装销量及价格

6.5.2 上海男式正装销量及价格

6.5.3 上海男衬衫销量及价格

6.5.4 上海男西裤销量及价格

第七章 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中国男装网购行业发展现状分析

7.2.1中国男装网购市场竞争升温

7.2.2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中国男装网购主流模式对比分析

7.3.1PPG与VANCL的比较分析

7.3.2报喜鸟EBONO竞争优势分析

7.3.3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

第八章中国男性网民服装消费调研分析

8.1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
- 8.7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休闲服饰产品关注情况
 - 8.7.3运动服装网民基本情况
- 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公司发展方向
 - 9.1.3企业财务运营分析
 - 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企业发展情况
 - 9.2.3企业财务运营分析
 - 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企业经营方向

9.5.3企业财务运营分析

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企业未来发展理念

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

9.9波司登国际控股有限公司

9.9.1企业基本情况

9.9.2企业经营情况

9.9.3波司登男装市场拓展分析

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企业经营情况

9.10.3企业财务运营分析

第十章未来五年中国男装行业发展前景及投资分析

10.1未来五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未来五年中国男装市场规模预测
 - 10.1.4未来五年中国男装市场销量预测
 - 10.2未来五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
 - 10.3未来五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男装产品投资注意事项
- 图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/212142212142.html>