

2019年中国男装连锁行业分析报告- 产业规模现状与投资前景研究

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《2019年中国男装连锁行业分析报告-产业规模现状与投资前景研究》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/387741387741.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

一、行业相关定义

男装，是指男性穿于人体起保护和装饰作用的服饰制品。包括上装和下装，男装会根据季节和个人的不同有不同的款式和作用。

连锁是一个汉语词汇，读音为，是指投资创业者使用某一品牌，在品牌旗下店面的加盟模式。连锁商业模式分为直营和加盟等多种形式，分为直营店和加盟店。

男装连锁，就是对于男装销售的连锁店模式，一般分为直营连锁和加盟连锁，两者的主要区别在于：

1、产权关系不同。加盟连锁是独立主体之间的合同关系，各个特许加盟店的资本是相互独立的，与总部之间没有资产纽带；而直营连锁店都属于同一资本所有，各个连锁店由总部所有并直接运营、集中管理。这是加盟连锁与直营连锁最本质的区别。特许经营总部由于利用他人的资金迅速扩大产品的市场占有率，所需资金较少。相比之下，直营连锁的发展更易受到资金和人员的限制。

2、法律关系不同。加盟连锁中特许人（总部）和被特许人（加盟店）之间的关系是合同关系，双方通过订立特许经营合同建立起关系，并通过合同明确各自的权利和义务。而直营连锁中总部与分店之间的关系则由内部管理制度进行调整。

3、管理模式不同。加盟连锁的核心是特许经营权的转让，特许人（总部）是转让方，被特许人（加盟店）是接受方，特许经营体系是通过特许者与被特许者签订特许经营合同形成的。各个加盟店的人事和财务关系相互独立，特许人无权进行干涉。而在直营连锁经营中，总部对各分店拥有所有权，对分店经营中的各项具体事务均有决定权，分店经理作为总部的一名雇员，完全按总部意志行事。

4、涉及的经营领域不完全相同。直营连锁的范围一般限于商业和服务业，而加盟连锁（特许连锁）的范围则宽广得多，包括商业、零售业、服务业、餐饮业、制造业、高科技信息产业等领域。

二、发展现状

1、市场规模

近年来我国男装连锁行业市场规模保持不断增长，截止2017年我国男装连锁行业市场规模已经达到717.2亿元，同比增长12.5%。具体如下：2013-2017年中国男装连锁行业市场规模情况

资料来源：观研天下数据中心整理

男性的品牌观念逐渐提升，“中低收入”不再代表“中低消费”，男性消费者有着更强烈欲望。80后、90后消费者正成为极具诱惑的目标客户。是自主消费的一代，生活在信息爆炸时代，更加关注时尚，多选择，注重个性体现和品质需求。我国男装市场的需求增加更多的

体现在男装连锁品牌企业，预计未来几年，我国的男装连锁行业市场规模呈现出较大的增幅。

2018-2023年我国男装连锁行业市场规模预测

数据来源：观研天下数据中心整理

随着男装的需求进一步上升，未来中国男装连锁行业市场规模将有较大的增长空间，预计到2023年增速将达到12.89%左右。

2018-2023年我国男装连锁行业市场规模增速预测

资料来源：观研天下数据中心整理

2、供应情况

截止2017年我国男装连锁门店数量已经达到24.9万家，并有继续扩大的趋势。

2013-2017年中国男装连锁门店数量

资料来源：观研天下数据中心整理

3、需求情况

近年来我国男装需求量保持稳定增长，截止2017年中国男装需求量达到48.67亿件，同比增长24.9%。具体如下；

2013-2017年中国男装需求量

资料来源：观研天下数据中心整理

4、供需情况预测

随着国内男装连锁行业门店的扩增以及新进入者投资规模的加大，以及我国男装的需求量的稳定增长，未来我国的男装连锁行业将基本呈现供需平衡状态。

2018-2023年我国男装连锁行业门店数量预测

资料来源：观研天下数据中心整理

2018-2023年我国男装连锁行业需求预测

资料来源：观研天下数据中心整理（ww）

观研天下发布的《2019年中国男装连锁行业分析报告-产业规模现状与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局

，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国男装连锁行业发展概述

第一节 男装连锁行业发展情况概述

- 一、男装连锁行业相关定义
- 二、男装连锁行业基本情况介绍
- 三、男装连锁行业发展特点分析

第二节 中国男装连锁行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、男装连锁行业产业链条分析
- 三、中国男装连锁行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国男装连锁行业生命周期分析

- 一、男装连锁行业生命周期理论概述
- 二、男装连锁行业所属的生命周期分析

第四节 男装连锁行业经济指标分析

- 一、男装连锁行业的赢利性分析
- 二、男装连锁行业的经济周期分析
- 三、男装连锁行业附加值的提升空间分析

第五节 中国男装连锁行业进入壁垒分析

- 一、男装连锁行业资金壁垒分析
- 二、男装连锁行业技术壁垒分析
- 三、男装连锁行业人才壁垒分析

四、男装连锁行业品牌壁垒分析

五、男装连锁行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球男装连锁行业市场发展现状分析

第一节 全球男装连锁行业发展历程回顾

第二节 全球男装连锁行业市场区域分布情况

第三节 亚洲男装连锁行业地区市场分析

一、亚洲男装连锁行业市场现状分析

二、亚洲男装连锁行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲男装连锁行业市场前景分析

第四节 北美男装连锁行业地区市场分析

一、北美男装连锁行业市场现状分析

二、北美男装连锁行业市场规模与市场需求分析

三、北美男装连锁行业市场前景分析

第五节 欧盟男装连锁行业地区市场分析

一、欧盟男装连锁行业市场现状分析

二、欧盟男装连锁行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟男装连锁行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界男装连锁行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球男装连锁行业市场规模预测

第三章 中国男装连锁产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品男装连锁总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国男装连锁行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国男装连锁产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国男装连锁行业运行情况

第一节 中国男装连锁行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国男装连锁行业市场规模分析

第三节 中国男装连锁行业供应情况分析

第四节 中国男装连锁行业需求情况分析

第五节 中国男装连锁行业供需平衡分析

第六节 中国男装连锁行业发展趋势分析

第五章 中国男装连锁所属行业运行数据监测

第一节 中国男装连锁所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国男装连锁所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国男装连锁所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国男装连锁市场格局分析

第一节 中国男装连锁行业竞争现状分析

一、中国男装连锁行业竞争情况分析

二、中国男装连锁行业主要品牌分析

第二节 中国男装连锁行业集中度分析

一、中国男装连锁行业市场集中度分析

二、中国男装连锁行业企业集中度分析

第三节 中国男装连锁行业存在的问题

第四节 中国男装连锁行业解决问题的策略分析

第五节 中国男装连锁行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国男装连锁行业需求特点与动态分析

第一节 中国男装连锁行业消费市场动态情况

第二节 中国男装连锁行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 男装连锁行业成本分析

第四节 男装连锁行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国男装连锁行业价格现状分析

第六节 中国男装连锁行业平均价格走势预测

一、中国男装连锁行业价格影响因素

二、中国男装连锁行业平均价格走势预测

三、中国男装连锁行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国男装连锁行业区域市场现状分析

第一节 中国男装连锁行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地男装连锁市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区男装连锁市场规模分析

四、华东地区男装连锁市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区男装连锁市场规模分析

四、华中地区男装连锁市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区男装连锁市场规模分析

第九章 2016-2018年中国男装连锁行业竞争情况

第一节 中国男装连锁行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国男装连锁行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国男装连锁行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 男装连锁行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国男装连锁行业发展前景分析与预测

第一节 中国男装连锁行业未来发展前景分析

一、男装连锁行业国内投资环境分析

二、中国男装连锁行业市场机会分析

三、中国男装连锁行业投资增速预测

第二节 中国男装连锁行业未来发展趋势预测

第三节 中国男装连锁行业市场发展预测

一、中国男装连锁行业市场规模预测

二、中国男装连锁行业市场规模增速预测

三、中国男装连锁行业产值规模预测

四、中国男装连锁行业产值增速预测

五、中国男装连锁行业供需情况预测

第四节 中国男装连锁行业盈利走势预测

一、中国男装连锁行业毛利润同比增速预测

二、中国男装连锁行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国男装连锁行业投资风险与营销分析

第一节 男装连锁行业投资风险分析

- 一、男装连锁行业政策风险分析
- 二、男装连锁行业技术风险分析
- 三、男装连锁行业竞争风险分析
- 四、男装连锁行业其他风险分析

第二节 男装连锁行业企业经营发展分析及建议

- 一、男装连锁行业经营模式
- 二、男装连锁行业销售模式
- 三、男装连锁行业创新方向

第三节 男装连锁行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国男装连锁行业发展策略及投资建议

第一节 中国男装连锁行业品牌战略分析

- 一、男装连锁企业品牌的重要性
- 二、男装连锁企业实施品牌战略的意义
- 三、男装连锁企业品牌的现状分析
- 四、男装连锁企业的品牌战略
- 五、男装连锁品牌战略管理的策略

第二节 中国男装连锁行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国男装连锁行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国男装连锁行业发展策略及投资建议

第一节 中国男装连锁行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国男装连锁行业定价策略分析

第三节 中国男装连锁行业营销渠道策略

一、男装连锁行业渠道选择策略

二、男装连锁行业营销策略

第四节 中国男装连锁行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国男装连锁行业重点投资区域分析

二、中国男装连锁行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/387741387741.html>