

2020年中国男装行业投资分析报告- 行业规模现状与发展趋势分析

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《2020年中国男装行业投资分析报告-行业规模现状与发展趋势分析》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/508344508344.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

【报告大纲】

第一章 中国男装行业竞争充分度\集中度分析

第一节 男装行业发展背景

一、男装界定与分类

二、男装行业发展环境

三、男装行业发展现状

第二节 男装行业集中度分析

一、男装行业集中度

(1) 男装行业销售额

(2) 男装行业集中度

(3) 集中度变化趋势

二、细分市场集中度

(1) 男裤市场集中度

(2) 男西装市场集中度

(3) 男衬衫市场集中度

第三节 男装行业竞争充分度分析

一、竞争结构与充分度

二、男装行业竞争充分度

(1) 男装行业竞争充分度

(2) 细分市场竞争充分度

第二章 中国男装行业竞争层次及排名情况分析

第一节 男装行业竞争层次分析

一、男装行业竞争者构成

(1) 设计师品牌

(2) 制造商品牌

(3) 直销品牌

(4) 快速时尚品牌

(5) 零售商品牌

二、男装行业竞争者层次

(1) 高端男装品牌

(2) 中高端男装品牌

(3) 中端男装品牌

(4) 中低端男装品牌

三、男装行业竞争层次

- (1) 成本和价格的竞争
- (2) 质量和使用价值的竞争
- (3) 品牌与营销网络的竞争
- (4) 商业模式之间的竞争

第二节 男装行业竞争排名分析

一、行业总体竞争排名

- (1) 2020年竞争排名
- (2) 近几年排名变化
- (3) 领先品牌份额差距

二、细分市场竞争排名

- (1) 按风格分类
- (2) 按穿着组合分类

第三章 中国男装行业区域派系品牌格局分析

第一节 男装主要派系及分布

第二节 浙派男装竞争力分析

一、浙派男装覆盖区域

二、浙派男装发展环境

- (1) 生产要素配置情况
- (2) 相关产业发展状况
- (3) 政府政策支持力度

三、浙派男装主要品牌

四、浙派男装竞争优势

五、浙派男装竞争策略

第三节 闽派男装竞争力分析

一、闽派男装覆盖区域

二、闽派男装发展环境

- (1) 生产要素配置情况
- (2) 相关产业发展状况
- (3) 政府政策支持力度

三、闽派男装主要品牌

四、闽派男装竞争优势

五、闽派男装竞争策略

第四节 粤派男装竞争力分析

一、粤派男装覆盖区域

二、粤派男装发展环境

- (1) 生产要素配置情况
- (2) 相关产业发展状况
- (3) 政府政策支持力度

三、粤派男装主要品牌

四、粤派男装竞争优势

五、粤派男装竞争策略

第五节 苏派男装竞争力分析

一、苏派男装覆盖区域

二、苏派男装发展环境

- (1) 生产要素配置情况
- (2) 相关产业发展状况
- (3) 政府政策支持力度

三、苏派男装主要品牌

四、苏派男装竞争优势

五、苏派男装竞争策略

第四章 中国男装行业竞争强度分析

第一节 波特五力模型概述

- 一、波特五力模型简介
- 二、波特五力模型构成
- 三、波特五力模型评价

第二节 男装行业五力模型分析

一、现有企业之间的竞争

- (1) 国际男装市场格局
- (2) 国内男装市场格局

二、行业潜在进入者威胁

- (1) 行业可能的进入者
- (2) 影响企业进入的因素
- (3) 潜在进入者威胁评价

三、上游供应商议价能力

- (1) 影响议价能力的因素分析
- (2) 上游供应商议价能力评价

四、下游客户议价能力

- (1) 议价能力影响因素分析
- (2) 下游客户议价能力评价

五、行业替代品威胁

第三节 男装行业竞争强度评述

第五章 中国男装行业并购整合趋势分析

第一节 行业并购整合环境

第二节 行业并购整合情况

一、国外并购情况分析

二、国内并购总体情况

(1) 并购总金额

(2) 并购案件数

(3) 平均并购金额

三、国内不同并购类型

(1) 国内并购

(2) 海外并购

(3) 外资并购

四、PE/VC投资情况

五、行业近期并购案例

第三节 行业并购整合特征

一、行业并购整合目的

(1) 实现多品牌

(2) 通往高端化、国际化

(3) 巩固、提升市场地位

二、行业并购整合特征

(1) 资本助力

(2) 并购方式多样化

(3) 跨国并购增多

第四节 行业并购整合趋势

一、并购的机遇与挑战

(1) 并购面临的机遇

(2) 并购面临的挑战

二、并购整合趋势分析

(1) 并购数量预测

(2) 并购主体预测

(3) 并购方式预测

三、并购的风险与对策

第六章 中国男装行业竞争趋势及策略分析

第一节 男装行业竞争趋势预判

一、男装行业竞争趋势预判

二、男装行业竞争核心要素

- (1) 品牌塑造与推广能力
- (2) 产品设计与品质保障
- (3) 渠道拓展与管理能力
- (4) 供应链整合能力
- (5) 企业管理能力

第二节 男装行业品牌运营及策略

一、品牌成男装竞争主流

二、男装品牌的塑造与营销

- (1) 男装品牌塑造策略
- (2) 男装品牌营销策略
- (3) 雅戈尔品牌战略研究

三、男装品牌延伸策略

- (1) 男装品牌延伸的必要性
- (2) 男装纷纷进行品牌延伸
- (3) 男装品牌延伸两大方式
- (4) 男装品牌延伸战略案例
- (5) 男装品牌延伸策略建议

第三节 男装行业渠道扩张与管理策略

一、男装企业渠道竞争现状分析

- (1) 男装企业渠道扩张现状
- (2) 男装企业渠道竞争特征
- (3) 男装企业渠道平效分析
- (4) 男装行业渠道拓展空间
- (5) 男装行业渠道整合趋势

二、男装企业销售模式选择

- (1) 男装企业加盟模式分析
- (2) 男装企业直营模式分析
- (3) 男装企业电商渠道创新与建议

三、男装行业渠道终端选择策略

- (1) 男装行业渠道结构分析
- (2) 男装商场专柜渠道分析
- (3) 男装专卖店渠道分析

(4) 男装行业渠道终端选择

第四节 男装企业供应链管理策略

一、渠道竞争演变为供应链竞争

二、男装企业发动供应链变革战

(1) 九牧王：与IBM进行战略合作

(2) 七匹狼：ERP系统集合升级

(3) 劲霸：无线条码管理解决方案

(4) 柒牌：投建仓储物流中心

三、男装企业供应链管理对策

(1) 优化环节，实现快速反应

(2) 运用延迟策略

(3) 供应链各点实现信息共享

(4) 建立战略合作伙伴关系

(5) 合理扩展销售渠道

第七章 国际男装行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 国际男士正装品牌企业经营情况分析

一、法国切瑞蒂（Cerruti1881）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

二、英国登喜路（Dunhill）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

三、意大利杰尼亚（Ermenegildo Zegna）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

四、德国波士（Hugo Boss）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

五、意大利乔治阿玛尼 (Giorgio Armani)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

六、意大利卡纳利 (Canali)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

七、意大利沙驰 (Satchi)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

八、意大利华斯度 (VASTO)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

九、日本都本 (D'urban)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

十、英国肯迪文 (Kent&Curwe)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

十一、意大利詹弗兰科费雷 (Gianfranco Ferre)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第二节 国际男士商务休闲装品牌企业经营情况分析

- 一、英国雅格狮丹 (Aquascutum)
- 二、英国博柏利 (Burberry)
- 三、美国拉夫劳伦 (Polo Ralph Lauren)
- 四、意大利古驰 (gucci)
- 五、法国迪奥桀傲 (Dior Homme)
- 六、美国苹果 (Apple)
- 七、法国杰斯卡 (GXG)
- 八、意大利卡尔丹顿 (KALTENDIN)
- 九、法国皮尔卡丹 (Pierre Cardin)
- 十、意大利杜嘉班纳 (DOLCE&GABBANA)
- 十一、英国博斯绅威 (BOSSSUNWEN)
- 十二、意大利圣宝龙 (SAINTPAULON)
- 十三、意大利范思哲 (VERSACE)
- 十四、法国纪梵希 (Givenchy)
- 十五、法国鳄鱼 (LACOSTE SA)

第三节 国际男士一般休闲及运动品牌企业经营情况分析

- 一、美国卡尔文克莱恩 (Calvin Klein)
- 二、意大利保鲨 (Paul&Shark)
- 三、美国汤米希尔费格 (Tommy Hilfiger)
- 四、美国李维斯 (Levi's)
- 五、美国Lee
- 六、西班牙ZARA
- 七、丹麦杰克琼斯 (JACK&JONES)
- 八、德国阿迪达斯 (adidas)
- 九、美国耐克 (NIKE)
- 十、意大利卡帕 (KAPPA)
- 十一、德国彪马 (PUMA)
- 十二、美国哥伦比亚 (Columbia)
- 十三、日本美津浓 (MIZUNO)

第八章 中国男装品牌行业企业分析 (随数据更新有调整)

第一节 中国男士正装领先企业经营情况分析

- 一、罗蒙集团股份有限公司
- 二、宁波杉杉股份有限公司

- 三、浙江报喜鸟服饰股份有限公司
- 四、金利来集团有限公司
- 五、雅戈尔集团股份有限公司
- 六、江苏红豆实业股份有限公司
- 七、虎都（中国）服饰有限公司
- 八、浙江步森服饰股份有限公司
- 九、湖北美尔雅股份有限公司
- 十、希努尔男装股份有限公司
- 十一、大连大杨创世股份有限公司
- 十二、常州普灵仕制衣有限公司
- 十三、浙江乔治白服饰股份有限公司
- 十四、法派集团有限公司
- 十五、江苏虎豹集团有限公司
- 十六、才子服饰股份有限公司
- 十七、宁波洛兹集团有限公司
- 十八、庄吉集团有限公司
- 十九、长兴国际（集团）控股有限公司
- 二十、上海海螺服饰有限公司

第二节 中国男士商务休闲装领先企业经营情况分析

- 一、福建七匹狼实业股份有限公司
- 二、九牧王股份有限公司
- 三、劲霸男装股份有限公司
- 四、福建柒牌集团有限公司
- 五、利郎（中国）有限公司
- 六、太子龙控股集团有限公司
- 七、广州卡奴迪路服饰股份有限公司
- 八、海澜之家服饰股份有限公司
- 九、石狮市大帝集团有限公司
- 十、福建省爱都阳光服饰有限公司
- 十一、福建石狮市富贵鸟集团有限公司
- 十二、福建诺奇股份有限公司
- 十三、波司登国际控股有限公司
- 十四、石狮市爱登堡制衣发展有限公司
- 十五、汤尼威尔（上海）服饰有限公司
- 十六、广东波顿时装有限公司

十七、山东岱银纺织集团股份有限公司

十八、东莞七好服饰有限公司

第三节 中国男士一般休闲与运动装领先企业经营情况分析

一、卡宾服饰（中国）有限公司

二、马克华菲（上海）商业有限公司

三、广东恒威集团有限公司

四、上海美特斯邦威服饰股份有限公司

五、浙江森马服饰股份有限公司

六、德永佳集团有限公司

七、旭日企业有限公司

八、东莞市以纯集团有限公司

九、温州市拜丽德集团有限公司

十、堡狮龙国际集团有限公司

十一、佐丹奴国际有限公司

十二、山西百圆裤业连锁经营股份有限公司

十三、广东百斯盾服饰有限公司

十四、北京探路者户外用品股份有限公司

十五、李宁有限公司

十六、安踏体育用品有限公司

十七、乔丹体育股份有限公司

十八、鸿星尔克体育用品有限公司

十九、匹克体育用品有限公司

二十、特步国际控股有限公司

二十一、贵人鸟股份有限公司

第四节 中国男装电子商务品牌企业经营情况分析

一、凡客诚品（VANCL）

二、斯波帝卡（Sportica）

三、玛萨玛索（Masa Maso）

四、Justyle

五、零号男（MR.ZERO）

六、衣品天成（Eptison）

七、迪尔马奇（DEERE MARCHI）

图表目录

图表1：世界近现代男装发展

图表2：中国近现代男装发展

图表3：中国男装市场规模

图表4：2017-2020年全国男装零售额及零售量增速（单位：%）

图表5：2017-2020年男装市场品牌集中度（单位：%）

图表6：男裤市场集中度变化

图表7：男西装市场集中度变化

图表8：男衬衫市场集中度变化

图表9：男装市场竞争格局（按品牌）

图表10：近几年男装排名变化

图表11：男装区域产业集群

图表12：波特五力模型

图表13：男装行业波特五力模型分析

图表14：2017-2020年中国纺织服装行业并购总金额

图表15：2017-2020年中国纺织服装行业并购案件数

图表16：2017-2020年中国纺织服装行业平均并购金额

图表17：国内男装品牌的多品类多系列格局

图表18：Hugo Boss的品牌延伸-水平延伸

图表19：Hugo Boss的品牌延伸-垂直延伸

图表20：Hugo Boss的品牌定位

图表详见报告正文（GYSYL）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国男装行业投资分析报告-行业规模现状与发展趋势分析》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。

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、阿里巴巴、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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/508344508344.html>