2021年中国男装行业分析报告- 产业深度研究与发展潜力评估

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《2021年中国男装行业分析报告-产业深度研究与发展潜力评估》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/545626545626.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

经过多年发展，我国男装行业已经形成了一条贯穿设计、生产和销售的完整产业链。我国男装行业产业链上游为植物纤维、动物皮毛、化学纤维等原材料。早在“十一五”期间，我国化纤、纱、布、呢绒、丝织品、麻纺织品、服装等产量均居世界第一，有力支撑了男装行业的发展。

根据数据显示，我国化学纤维产量由2015年的4831.7万吨增长至2019年的5952.8万吨。

2015-2019年我国化学纤维产量 数据来源：观研天下整理

现阶段，我国男装行业产业链上游代表企业包括亚太国际、海利得、恒力股份、恒逸石化等。

我国男装行业产业链上游代表企业优势分析

类别

企业名称

优势分析

尼龙

亚太国际

自主创新能力强：亚太国际利用自身独特的生产工艺和技术，开发生产了强韧化、填充、合金化、导电导热、耐高温、无卤阻燃、功能母料、可降解塑料等八大系列独立的知识产权产品

海利得

自主创新能力强：公司是全球首家自主研发成功以涤纶替代尼龙涤纶车用安全气囊丝的企业，生产的车用安全产品在全球行业中具有品牌优势，而以涤纶替代尼龙的涤纶车用安全气囊丝更是公司高技术的代表，且已形成替代趋势，目前替代率已达10%左右。

涤纶

恒力股份

全产业链发展：恒力集团坚持全产业链发展，打造“原油—芳烃、乙烯—精对苯二甲酸（PTA）、乙二醇—聚酯（PET）—民用丝及工业丝、工程塑料、薄膜—纺织”的完整产业链。

自主研发能力强：恒力集团坚持实施品牌战略和市场战略两大工程，自主研发能力在全国纺织业处于领先地位，同时积极开拓国内外高端市场，坚持自主创新，不断提升核心竞争能力，成立“恒力国际研发中心”和“恒力产学研基地”，聘请德国、日本、韩国和中国台湾等地的资深专家，组成国际研发团队，为企业进行高端差别化产品的研发。截至目前，恒力集团已先后承担国家级、省级以及行业协会的重大科技计划项目60多项，自主研发聚酯纤维关键技术获“国家科技进步奖”。

恒逸石化

“涤纶+锦纶”双轮驱动：恒逸石化致力于发展成为国内领先、国际一流的石化产业集团之一，通过实现资源共享、产业协同，全面提升综合竞争力，目前已逐步形成“涤纶+锦纶”双轮驱动的石化产业链为核心业务，石化金融、石化贸易为成长业务，化纤产业大数据、智能制造为新兴业务的“石化+”多层次立体产业布局。

综合竞争优势：公司综合竞争优势多年位居行业前列，主要的产品包括精对苯二甲酸（PTA），参控股产能达到1,350万吨；己内酰胺（CPL）产能30万吨；聚酯（PET）切片、瓶片以及涤纶预取向丝（POY）、涤纶牵伸丝（FDY）、涤纶加弹丝（DTY）、短纤等差别化产品，参控股产能共410万吨。聚酯产品用途广泛，与国计民生需求息息相关，主要用于纺织服装、家纺和产业应用。在差别化和高附加值产品领域，公司“逸钛康”无锑环保聚酯切片及纤维、阳离子聚酯切片及纤维、超高弹纤维、仿兔毛纤维、异形丝、色丝、母丝、逸竹丝、逸龙丝、逸彩丝等差别化产品初具规模。

荣盛石化

完整产业链：公司主要从事石化、化纤相关产品的生产和销售，已布局从炼化、芳烃、烯烃到下游的精对苯二甲酸（PTA）、MEG及聚酯（PET，含瓶片、薄膜）、涤纶丝（POY、FDY、DTY）完整产业链。

处于行业先进水平：荣盛是国内较早涉足聚酯直接纺项目的企业之一，目前荣盛聚酯及纺丝、加弹配套项目的生产规模、原料单耗及产品质量均处于国内同行的前列，综合能耗处于行业先进水平，其中在新建的差别化项目中，在国内首次引进了具有卷绕自动落丝—输送—检测—中间立体仓储—包装等全自动一体化功能的德国高端工业自动化纺丝设备，代表了国际先进水平。

新凤鸣

一体化经营：新凤鸣集团股份有限公司坐落在距上海以南150公里，是一家集聚酯、涤纶纺丝、进出口贸易为一体的现代大型化纤集团企业。

综合实力强劲：经过十几年的发展，至2011年集团已形成年产能100万吨，综合实力位居化纤行业前列。集团主要生产各种规格的POY、FDY、DTY涤纶长丝和聚酯切片，拥有“凤鸣”等浙江省名牌产品。在加强品牌建设的基础上，集团依托省级企业技术中心——桐乡市化纤发展研究中心，积极开发具有高附加值、高性能的新型化纤产品，数年来，成功研发了各类品种的高新产品，深受广大客户喜爱。数据来源：观研天下整理

我国男装行业产业链中游为男装企业。近年来，我国男装行业快速发展，新品牌层出不穷，竞争日益激烈。

我国男装市场竞争格局

项目

奢侈高端(均价在2000元以上)

大众中端

(均价300-1500元)

草根低端(均价200元以下)

下)

代表品牌

Zegna、Hugo Boss、Dunhill、CERRUT11881(利邦品牌之一)、卡奴迪路雅戈尔、报喜鸟、利良、七匹狼、九牧王、GXG、劲颖、柒牌

杂牌

目标定位

针对精英阶层,强调品牌的文化、历史,较高的客户忠诚度,差异化竞争

针对中产附级,强调服装的款式、质量和风格。产品同质化、竞争激烈

针对中低收入者,注重服装的功能性和耐用性,主打性价比、薄利多销

产品特征

高档的原料、时尚的设计与完美工艺的结合

选用舒适的面料、大批次生产、产品细节上有区分

不讲究面料和工艺,样式和设计以抄袭模仿为主

销售渠道

一、二线城市的高档百货商店、自营旗舰店和机场酒店

各线城市的中层商场、加盟商的专卖店、自营网点

三、四线城市的专卖店、大卖场和互联网销售数据来源:观研天下整理

在竞争激烈的行业环境中,兼并与重组成为男装企业进行产品结构升级的重要手段。通过兼并与重组,企业可以实现快速扩张,提高综合实力和竞争地位。

我国男装行业兼并重组典型案例分析

企业名称

案例分析

雅戈尔

2008年1月,雅戈尔集团股份有限公司宣布完成对美国服装巨头KELLWOOD公司男装业务的并购,KELLWOOD是美国排名前五位的服装上市公司,其男装业务集中于香港新马集团;此次跨国并购涉及金额1.2亿美元,并购完成以后雅戈尔的男装业务得到了进一步发展,尤其是在香港市场上的业务突飞猛进。

波司登

1)2009年5月,波司登国际控股有限公司宣布以6.5亿元的代价收购拥有江苏康博制衣有限公司全部股权的盈辉公司,以扩大公司规模。2)2013年10月,波司登宣布以人民币4000万元收购男士服装业务Greenwoods Menswear96%的股权,后者拥有英国Greenwoods及1860男士服装品牌,现时在英国全国经营88家服装店,进一步加快了波司登海外业务的布局。

七匹狼

1)2008年3月,七匹狼通过收购获得了意大利知名品牌Canali和Versacecollection(范思哲

)在中国大陆地区的代理业务，此次收购行动的完成标志着七匹狼进一步完善了企业的品牌经营架构，提升了企业的运营能力，为实现“融合国际,创领时尚”的目标奠定了坚实的基础;2) 2011年3月,福建七匹狼实业股份有限公司宣布正式收购杭州肯纳服饰有限公司,进一步扩大了业务版图。

利邦控股

2017年11月9日，香港高端男装集团利邦控股有限公司发布公告，宣布以1.2港元向山东如意集团增发18.46亿股新股，总价22.152亿港元（约合人民币18.23亿元），增发完成后山东如意成为利邦控股股东。利邦主要从事高级男装的零售业务,旗下经营的品牌包括Gieves & Hawkes、Kent & Curwen、Cerruti 1881、Hardy Amies以及特许经营品牌Durban。这笔投资将帮助如意获得利邦在大中华、新加坡和欧洲的300家零售店;并让利邦引入稳健的策略企业投资者,为其带来纺织及成衣业务资源及经验。数据来源：观研天下整理

现阶段，我国男装行业产业链中游正装男装代表企业包括报喜鸟、蓝豹等，商务休闲男装代表企业包括七匹狼、九牧王等，一般休闲男装代表企业包括美邦服饰、森马服饰等。

我国男装行业产业链中游代表企业优势分析

类别

企业名称

优势分析

正装

报喜鸟

线上线下融合的销售网：报喜鸟控股股份有限公司，组建于1996年，是一家以服装为主业，涉足投资领域的股份制企业。2007年，于深交所上市。目前，公司拥有1500多家线上线下融合的销售网点，温州、上海、合肥三大生产基地，年零售收入50多亿元，位列中国服装行业百强企业。

品牌优势：报喜鸟本部通过经营自有品牌满足中高端商务人士的着装需求，旗下包括原创品牌报喜鸟（SAINT

ANGELO）、专业定制品牌所罗（SOLOSALI）、时尚英伦高尔夫品牌亨利格兰(HenryGrant)。其中主打品牌报喜鸟先后荣膺“中国驰名商标”“中国名牌”“中国服装品牌品质大奖”“中国青年最喜爱的服装品牌”和“国家免检产品”称号等多项国内目前服装行业最高殊荣。

蓝豹

品牌优势：20多年年来，LAMPO蓝豹品牌一直是众多社会名流所青睐的对象，它也成为正装西服的经典符号，LAMPO蓝豹注重对经典元素的保留，同时不断追求款式改进和色彩解放，有卓越工艺、顶尖面料、优雅、古朴的个性。

产品丰富：LAMPO蓝豹品牌除西装外，现已开拓了休闲装、皮具和内衣等男装系列。

金利来

产品丰富：金利来品牌起源于中国香港，由著名的爱国人士、慈善家曾宪梓博士创立，其系

列产品（及经营权使用商品）包括男士商务正装、休闲服饰、内衣、毛衣、皮具、皮鞋等服装、服饰产品。

品牌形象重组：面对二十一世纪的挑战，金利来正以创造国际大品牌的目标，大力推进品牌形象的重组，从产品革新、到市场形象、到品牌文化，实现企业战略发展的新飞跃。一方面，金利来男士服饰品牌秉承经典与创新的理念，品牌形象正向年轻化、时尚化迈进。为适应现代人注重生活品位，崇尚轻松休闲，追求人本与自然和谐的生活方式，顺应近年国际服装市场上正装休闲化的一大流行趋势，金利来更生活化、父母亲化和时尚化的“新正装”概念在“男人的世界”应运而生。

商务休闲

七匹狼

现代化产业园区、物流园区：七匹狼拥有多个现代化产城联合的产业园区、物流园区。在七匹狼工业园区内，设有国内领先的产品检测中心和高科技实验室，进行面料、版型、工艺等的持续研发，七匹狼始终坚持让消费者用合适的价格购买到国际品质的产品。通过大数据串行的自建物流园区和第三方物流园区能准确、快速地将产品送到客户手中。

时尚产业投资：在服装领域投资上，专注新的商业模式及业态，并以天使投资等早期阶段进入新的业态。在时尚及消费相关领域，与各类专业机构进行合作，利用相应领域的人脉及资源，进行相应产业的投资，构建“七匹狼”时尚产业集团。

九牧王

专业性：九牧王是全球销量领先的男裤专家，专注男裤领域32年，积累1200万人体数据，成为中国男裤标准参与制定者，男裤累计销售1亿条，每7秒卖出一条。研创高弹面料，拉伸率高达普通面料4倍。2020年，九牧王荣获“全球销量领先的男裤专家”销售市场地位。

业务纵向一体化：九牧王是集研发设计、生产、销售为一体的时尚产业公司，采用业务纵向一体化的模式，将“时尚生活，美好向往”视为公司使命，致力成为精英生活的时尚产业引领者。

一般休闲

美邦服饰

自主品牌：上海美特斯邦威服饰股份有限公司主要研发、采购和营销自主创立的“Metersbonwe”和“ME&CITY”两大品牌时尚休闲服饰。

森马服饰

品牌优势：“森马”品牌创立于1996年，是中国休闲服饰行业的领先品牌，先后荣获中国驰名商标、中国名牌和国家免检产品等殊荣。数据来源：观研天下整理

我国男装行业产业链下游为销售渠道，包括百货商场、购物中心、电商平台等。随着电商行业发展，电商成为男装主要销售渠道之一。

现阶段，我国男装行业产业链下游电商销售渠道代表包括淘宝、京东、唯品会等。

我国男装行业产业链下游电商销售渠道代表优势分析

企业名称

优势分析

淘宝

用户规模庞大：淘宝网是中国深受欢迎的网购零售平台，拥有近5亿的注册用户数，每天有超过6000万的固定访客，同时每天的在线商品数已经超过了8亿件，平均每分钟售出4.8万件商品。

综合性发展：随着淘宝网规模的扩大和用户数量的增加，淘宝也从单一的C2C网络集市变成了包括C2C、团购、分销、拍卖等多种电子商务模式在内的综合性零售商圈。目前已经成为世界范围的电子商务交易平台之一。

京东

组建平台：京东先后组建了上海及广州全资子公司，将华北、华东和华南三点连成一线，使全国大部分地区都覆盖在京东商城的物流配送网络之下；同时不断加强和充实公司的技术实力，改进并完善售后服务、物流配送及市场推广等各方面的软、硬件设施和服务条件。京东商城组建以北京、上海、广州和成都、沈阳、西安为中心的六大物流平台，以期能为全国用户提供更加快捷的配送服务，进一步深化和拓展公司的业务空间。

一站式购物平台：2013年5月6日，京东商城在完成内测后，正式与消费者见面，用户可在京东上购买食品饮料、调味品等日用品。此次京东将超市搬到线上，也是京东在“一站式购物平台”战略布局上的又一次发力。让消费者足不出户，就能轻松实现“打酱油”、“买啤酒”等日常生活购物需求。

唯品会

创新电商模式：唯品会在中国开创了“名牌折扣+限时抢购+正品保障”的创新电商模式，并持续深化为“精选品牌+深度折扣+限时抢购”的正品特卖模式。这一模式被形象地誉为“线上奥特莱斯”。

仓储物流优势：截至目前，唯品会在华南、华北、西南、华中、华东、东北和西北一共设立了七大仓储物流中心，仓储面积超过300万平米。至今，唯品会的蜂巢全自动集货缓存系统现有占地面积约30000平方米，2018年11月，唯品会西南物流中心建成蜂巢全自动集货缓存系统并投入使用。唯品会仓储物流自动化已涵盖商品库存管理、商品分拣、包裹分拣等各作业环节，并在全国物流仓储中心建设了包括输送系统、Mini-load集货系统、商品分拣系统、包裹分拣系统、蜂巢全自动集货缓存系统、智能AGV搬运机器人系统、魔方密集存储系统、机器人全自动集货缓存系统等自动化项目。数据来源：观研天下整理（zlj）

观研报告网发布的《2021年中国男装行业分析报告-产业深度研究与发展潜力评估》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国男装行业发展概述

第一节 男装行业发展情况概述

- 一、男装行业相关定义
- 二、男装行业基本情况介绍
- 三、男装行业发展特点分析
- 四、男装行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、男装行业需求主体分析

第二节 中国男装行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、男装行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国男装行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国男装行业生命周期分析

一、男装行业生命周期理论概述

二、男装行业所属的生命周期分析

第四节 男装行业经济指标分析

一、男装行业的赢利性分析

二、男装行业的经济周期分析

三、男装行业附加值的提升空间分析

第五节 中国男装行业进入壁垒分析

一、男装行业资金壁垒分析

二、男装行业技术壁垒分析

三、男装行业人才壁垒分析

四、男装行业品牌壁垒分析

五、男装行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球男装行业市场发展现状分析

第一节 全球男装行业发展历程回顾

第二节 全球男装行业市场区域分布情况

第三节 亚洲男装行业地区市场分析

一、亚洲男装行业市场现状分析

二、亚洲男装行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲男装行业市场前景分析

第四节 北美男装行业地区市场分析

一、北美男装行业市场现状分析

二、北美男装行业市场规模与市场需求分析

三、北美男装行业市场前景分析

第五节 欧洲男装行业地区市场分析

一、欧洲男装行业市场现状分析

二、欧洲男装行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲男装行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界男装行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球男装行业市场规模预测

第三章 中国男装产业发展环境分析

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 中国男装行业运行情况

第一节 中国男装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
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国男装行业市场规模分析

第三节 中国男装行业供应情况分析

第四节 中国男装行业需求情况分析

第五节 我国男装行业进出口形势分析

- 1、进口形势分析
- 2、出口形势分析
- 3、进出口价格对比分析

第六节、我国男装行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

第七节 中国男装行业供需平衡分析

第八节 中国男装行业发展趋势分析

第五章 中国男装所属行业运行数据监测

第一节 中国男装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 2017-2021年中国男装市场格局分析

第一节 中国男装行业竞争现状分析

- 一、中国男装行业竞争情况分析
- 二、中国男装行业主要品牌分析

第二节 中国男装行业集中度分析

- 一、中国男装行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国男装行业市场集中度分析

第三节 中国男装行业存在的问题

第四节 中国男装行业解决问题的策略分析

第五节 中国男装行业钻石模型分析

- 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 2017-2021年中国男装行业需求特点与动态分析

第一节 中国男装行业消费市场动态情况

第二节 中国男装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 男装行业成本结构分析

第四节 男装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 中国男装行业价格现状分析

第六节 中国男装行业平均价格走势预测

一、中国男装行业价格影响因素

二、中国男装行业平均价格走势预测

三、中国男装行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国男装行业区域市场现状分析

第一节 中国男装行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区男装市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区男装市场规模分析

四、华东地区男装市场规模预测

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、华中地区男装市场规模分析

四、华中地区男装市场规模预测

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、华南地区男装市场规模分析
- 四、华南地区男装市场规模预测

第九章 2017-2021年中国男装行业竞争情况

第一节 中国男装行业竞争结构分析（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 中国男装行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国男装行业竞争环境分析（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 2021-2026年中国男装行业发展前景分析与预测

第一节 中国男装行业未来发展前景分析

- 一、男装行业国内投资环境分析
- 二、中国男装行业市场机会分析
- 三、中国男装行业投资增速预测

第二节 中国男装行业未来发展趋势预测

第三节 中国男装行业市场发展预测

- 一、中国男装行业市场规模预测
- 二、中国男装行业市场规模增速预测
- 三、中国男装行业产值规模预测
- 四、中国男装行业产值增速预测
- 五、中国男装行业供需情况预测

第四节 中国男装行业盈利走势预测

- 一、中国男装行业毛利润同比增速预测
- 二、中国男装行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国男装行业投资风险与营销分析

第一节 男装行业投资风险分析

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

第二节 男装行业应对策略

- 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 2021-2026年中国男装行业发展战略及规划建议

第一节 中国男装行业品牌战略分析

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

第二节 中国男装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 2021-2026年中国男装行业发展策略及投资建议

第一节 中国男装行业产品策略分析

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 中国男装行业营销渠道策略

一、男装行业渠道选择策略

二、男装行业营销策略

第三节 中国男装行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国男装行业重点投资区域分析

二、中国男装行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

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/545626545626.html>