

2024-2029年中国男装市场深度调查与投资发展研究报告

报告简介

目前，我国男装行业整体上处于完全竞争的状态，预计未来3到5年，男装市场容量将不断扩大，行业增速保持在10%~15%左右。同时，行业集中度依然很低，市场格局不稳定，产业链的整合、商业模式的创新将会推动男装行业向高集中度的方向发展，并造就优势的自主品牌。

国内男装企业的发展与早前爆出存货危机的运动用品企业相似，主要依赖的路径除了开店还是开店。不同的是，运动用品企业比男装企业更早一步实施开店扩张的战略，增长的泡沫也更早破灭。

通过对男装市场现状分析，中道泰和认为即使转型o2o，也未见能使男装业走出低谷，企业经营仍然以销售库存为主。现在线上线下成本接近，流量、配送成本较高。本研究咨询报告由北京中道泰和信息技术有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及男装专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国男装的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、区域市场发展情况等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对男装业务的发展进行详尽深入的分析，并根据男装行业的政策经济发展环境对男装行业潜在的风险和防范建议进行分析。最后提出研究者对男装行业的研究观点，以供投资决策者参考。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 男装概述

第一节 男装定义

第二节 男装行业发展历程

第三节 男装分类情况

第四节 男装产业链分析

一、产业链模型介绍

二、男装产业链模型分析

第二章 国内男装行业发展环境分析

第一节 经济环境

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、对外贸易&进出口

第二节 政策环境

一、重点政策汇总

二、重大事件分析

三、政策未来趋势

第三节 技术环境

第四节 社会环境

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、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第二部分 行业深度分析

第三章 中国男装生产现状分析

第一节 男装行业总体规模

第二节 男装产能概况

一、2019-2023年产能分析

二、2024-2029年产能预测

第三节 男装产量概况

一、2019-2023年产量分析

二、产能配置与产能利用率调查

三、2024-2029年产量预测

第四节 男装产业的生命周期分析

第四章 国际男装行业发展分析

第一节 全球男装行业发展总体情况分析

一、全球男装行业发展特点

二、全球男装行业竞争格局

三、全球男装行业市场区域分布

第二节 全球男装主要国家(地区)市场分析

一、欧洲

1、市场发展概况

2、市场规模及市场结构

3、发展前景预测

二、北美

1、市场发展概况

2、市场规模及市场结构

3、发展前景预测

三、亚洲

1、市场发展概况

2、市场规模及市场结构

3、发展前景预测

四、其他国家和地区

1、市场发展概况

2、市场规模

第五章 2019-2023年中国男装行业总体发展状况

第一节 中国男装行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节 中国男装行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节 中国男装行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第三部分 行业竞争格局

第六章 中国男装行业区域分布分析

第一节 东北地区

一、2019-2023年男装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第二节 华北地区

一、2019-2023年男装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第三节 华南地区

一、2019-2023年男装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第四节 华东地区

一、2019-2023年男装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第五节 华中地区

一、2019-2023年男装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第六节 西北地区

一、2019-2023年男装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第七节 西南地区

一、2019-2023年男装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第七章 男装国内细分市场分析

第一节 上装

一、应用分析

二、2019-2023年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

七、客户特点

第二节 下装

一、应用分析

二、2019-2023年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

第八章 男装行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

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 男装市场竞争策略分析

一、男装市场增长潜力分析

二、男装产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

1、深刻理解企业核心竞争力

2、培育企业核心竞争力的重要性

3、企业核心竞争力存在的问题

4、提升企业核心竞争力的措施

第三节 男装企业竞争策略分析

一、2024-2029年我国男装市场竞争趋势

二、2024-2029年男装行业竞争格局展望

三、2024-2029年男装行业竞争策略分析

1、产品定位策略

2、产品服务策略

第九章 男装产业用户认知度分析

第一节 男装产业用户认知程度

第二节 男装产业用户关注因素

第四部分 行业发展趋势

第十章 2024-2029年男装行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前男装存在的问题

第二节 男装未来发展预测分析

一、中国男装制造技术发展方向分析

二、2024-2029年中国男装行业发展规模

第三节 2024-2029年中国男装行业投资风险分析

一、市场竞争风险

1、市场竞争风险

2、市场竞争风险类型

3、影响因素

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十一章 男装国内重点生产厂家分析

第一节 男装重点公司介绍

一、劲霸男装股份有限公司

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

二、七匹狼

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

三、福建柒牌集团有限公司

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

四、利郎集团

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

五、九牧王股份有限公司

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

六、才子服饰股份有限公司

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

七、虎都

1、企业简介

2、产品介绍

3、经营情况

4、未来发展趋势

八、海澜之家服饰股份有限公司

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、产品介绍

3、经营情况

4、未来发展趋势

九、浙江太子龙服饰股份有限公司

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、产品介绍

3、经营情况

4、未来发展趋势

十、广州市卡宾服饰有限公司

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、产品介绍

3、经营情况

4、未来发展趋势

第二节 男装产品竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、个体产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

1、品牌的含义

2、构建品牌的优势

第十二章 2024-2029年男装行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年男装市场发展前景

一、2024-2029年男装市场发展潜力

二、2024-2029年男装市场发展前景展望

三、2024-2029年男装细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年男装市场发展趋势预测

一、2024-2029年男装行业发展趋势

二、2024-2029年男装市场规模预测

1、男装行业市场规模预测

2、男装行业营业收入预测

三、2024-2029年男装行业应用趋势预测

四、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第三节 2024-2029年中国男装行业供需预测

一、2024-2029年中国男装行业供给预测

二、2024-2029年中国男装行业产量预测

三、2024-2029年中国男装行业销量预测

四、2024-2029年中国男装行业需求预测

五、2024-2029年中国男装行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十三章 2024-2029年男装行业投资机会与风险防范

第一节 男装行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、男装行业投资现状分析

第二节 2024-2029年男装行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、男装行业投资机遇

第三节 2024-2029年男装行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第四节 中国男装行业投资建议

一、男装行业未来发展方向

二、男装行业主要投资建议

三、中国男装企业融资分析

第五部分 发展战略研究

第十四章 2024-2029年男装行业面临的困境及对策

第一节 2019-2023年男装行业面临的困境

第二节 男装企业面临的困境及对策

一、重点男装企业面临的困境及对策

二、中小男装企业发展困境及策略分析

三、国内男装企业的出路分析

第三节 中国男装行业存在的问题及对策

一、中国男装行业存在的问题

二、男装行业发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国男装市场发展面临的挑战与对策

一、中国男装市场发展面临的挑战

二、中国男装市场发展对策分析

第十五章 男装行业发展战略研究

第一节 男装行业发展战略研究

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

第二节 对我国男装品牌的战略思考

一、男装品牌的重要性

二、男装实施品牌战略的意义

三、男装企业品牌的现状分析

四、我国男装企业的品牌战略

五、男装品牌战略管理的策略

第三节 男装经营策略分析

一、男装市场细分策略

二、男装市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、男装新产品差异化战略

第四节 男装行业投资战略研究

一、2019-2023年男装行业投资战略

二、2024-2029年男装行业投资战略

三、2024-2029年细分行业投资战略

第十六章 研究结论及发展建议

第一节 男装行业研究结论及建议

第二节 男装子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和男装行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：各国男装生产的特点

图表：国内外男装市场需求情况

图表：当前国内男装市场主要产品结构

图表：国内外男装主要品牌厂商

图表：国内外男装成长性品牌厂商

图表：区域男装分布结构市场份额

图表：中国男装行业的总产量、产值、销售收入、出口总额的增长趋势图

图表：相关产品占市场的总体份额

图表：十大男装企业市场份额图

图表：区域男装市场占有率趋势图

图表：男装企业采取各竞争策略所占比例

图表：2024-2029年中国男装产量和销售额发展趋势图

图表：2019-2023年中国男装行业市场规模及增速

图表：2024-2029年中国男装行业市场规模及增速预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170616/84145.shtml>

在线订购：[点击这里](#)