

2024-2030年中国男装行业 分析与行业前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国男装行业分析与行业前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202310/415770.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

对于蓄势待发的中国男装来说，经过多年的发展，中国男装行业已经成为服装业中最为成熟的一个子行业，在生产、管理、营销等各个环节上都是日趋合理和完善。中国男装产业已经形成了包括以江浙沪地区的上海、宁波、温州为代表的“浙派”男装产业集群，以闽东南的晋江、石狮为代表的“闽派”男装产业集群，以及借助港、澳等海外优势而独立成长的粤南珠三角男装产业集群。

近年来，我国男装市场稳定扩容，在整体消费增速放缓的大环境下依然保持了稳定的成长性。我国男装产业具备了一定的规模，形成了独具特色的产业集群，而且男装成衣工艺技术有了大幅提高，企业运营更多元化、专业化，国际化程度已有明显提高。根据Euromonitor数据，2009-2019年，我国男装行业市场规模由3081亿元增加至5959亿元，年均复合增长率为6.82%。2020年受疫情影响，中国男装行业市场规模大幅下降至5108亿元，降幅达到14.28%。

另外，男装发展将日趋多元化，跨界合作与联名经营、快时尚与慢生活等新趋势，将给男装市场带来新机会。比如相关服装企业正是凭着跨界发展，似乎在更短的时间内积累了更多的财富，企业整体也获得了快速发展。跨界合作与联名经营、快时尚与慢生活等新趋势，将给男装市场带来新机会。男装零售市场的商业模式将进一步创新，营销网络将向复合式、立体式方向发展，向电子商务、会员俱乐部等新模式快速发展。预计未来5年，国内男装市场零售额年复合增长率约11.8%。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国男装行业分析与行业前景预测报告》共十四章，首先分析了国际国内服装产业的发展状况，接着对我国男装产业的发展做了细致全面的解析，然后就男西装、男衬衫等男装细分产业一一进行了分析，并对全国重点男装生产省市的发展及进出口数据做了详尽透析。随后，对我国服装关联产业及国内外重点企业进行了剖析。最后，报告重点分析了我国男装产业的投资及前景趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国服装行业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对男装产业有个系统深入的了解、或者想投资男装行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 2021-2023年国际服装行业发展分析

1.1 国际服装市场运行状况

- 1.1.1 全球服装市场发展综述
- 1.1.2 全球纺织品服装贸易特点
- 1.1.3 全球服装行业进出口状况
- 1.1.4 全球奢侈品服装巨头战略动向
- 1.2 美国
 - 1.2.1 美国服装行业发展态势
 - 1.2.2 美国纺织服装对外贸易分析
 - 1.2.3 美国服装折扣市场发展活跃
 - 1.2.4 美国服装零售巨头战略动向
- 1.3 意大利
 - 1.3.1 意大利服装行业发展态势
 - 1.3.2 意大利纺织服装贸易状况
 - 1.3.3 意大利纺织服装区域格局
- 1.4 法国
 - 1.4.1 法国服装纺织品市场状况
 - 1.4.2 法国服装行业进出口状况
 - 1.4.3 法国服装业外部环境恶劣
- 1.5 日本
 - 1.5.1 日本服装产业的发展特点
 - 1.5.2 日本服装进口状况分析
 - 1.5.3 日本企业兴起服装回收热潮
 - 1.5.4 日本服装企业竞争战略借鉴
- 1.6 韩国
 - 1.6.1 韩国线上服装品牌发展状况
 - 1.6.2 韩国服装业转向SPA经营模式
 - 1.6.3 韩国服装品牌在华发展态势
 - 1.6.4 韩国服装业的发展战略解析
 - 1.6.5 韩国服装企业的营销方式分析

第二章 2021-2023年中国服装行业发展分析

- 2.1 中国服装行业发展状况
 - 2.1.1 产业链分析

- 2.1.2 行业发展特征
- 2.1.3 行业发展历程
- 2.1.4 行业运营现状
- 2.1.5 产业的区域性转移
- 2.1.6 行业发展思考
- 2.2 我国服装产业集群情况分析
 - 2.2.1 产业集群概况
 - 2.2.2 产业集群发展成就
 - 2.2.3 影响产业集群发展的因素
 - 2.2.4 产业集群发展建议
 - 2.2.5 产业集群战略剖析
 - 2.2.6 产业集群发展趋势
- 2.3 中国服装产业国际贸易状况
 - 2.3.1 出口贸易状况
 - 2.3.2 出口风险分析
 - 2.3.3 风险防范对策
- 2.4 中国服装市场营销分析
 - 2.4.1 服装行业步入移动网络营销时代
 - 2.4.2 品牌服装企业的销售模式分析
 - 2.4.3 线上线下互动营销成为服装业趋势
 - 2.4.4 我国服装营销存在的缺陷分析
- 2.5 中国服装业竞争力解析
 - 2.5.1 我国服装行业竞争结构分析
 - 2.5.2 中国纺织服装行业仍然具竞争优势
 - 2.5.3 中国纺织服装企业竞争力分析
 - 2.5.4 服装行业的竞争趋势透析
- 2.6 中国服装行业发展问题及对策措施
 - 2.6.1 中国服装行业发展中的弊病
 - 2.6.2 中国服装品牌代理商面临的主要难题
 - 2.6.3 中国服装行业发展壮大的对策
 - 2.6.4 解析服装产业创新系统的构成要素
- 2.7 中国服装行业的投资分析及发展趋势

- 2.7.1 我国服装行业投资现状
- 2.7.2 中国服装行业发展前景分析
- 2.7.3 个性服装定制市场发展空间分析
- 2.7.4 中国服装行业发展趋势分析

第三章 2021-2023年男装产业发展分析

- 3.1 2021-2023年国际男装产业的发展
 - 3.1.1 国际男装产业发展总析
 - 3.1.2 意大利男装产业发展状况
 - 3.1.3 俄罗斯男装消费市场分析
 - 3.1.4 印度男装市场发展状况
- 3.2 中国男装产业发展状况
 - 3.2.1 行业发展态势
 - 3.2.2 市场规模状况
 - 3.2.3 市场需求变化状况
 - 3.2.4 市场消费者分析
- 3.3 男装品牌发展分析
 - 3.3.1 市场品牌态势
 - 3.3.2 市场品牌格局状况
 - 3.3.3 制约品牌发展的因素
 - 3.3.4 发展的四大策略探析
- 3.4 男装市场营销分析
 - 3.4.1 男装市场兴起跨界营销
 - 3.4.2 男装进入精细化管理时代
 - 3.4.3 中国男装品牌典型运营模式分析
 - 3.4.4 中国男装营销的误区
 - 3.4.5 闽派男装营销成功之借鉴
 - 3.4.6 未来男装市场营销趋向
- 3.5 男装产业竞争格局解析
 - 3.5.1 中日男装竞争模式对比分析
 - 3.5.2 男装市场竞争态势分析
 - 3.5.3 男装市场的跨界竞争

- 3.5.4 中国男装企业核心竞争力探讨
- 3.5.5 中国男装企业打造核心竞争力的对策
- 3.6 男装行业面临的挑战及发展思路
 - 3.6.1 中国男装企业发展三大难题
 - 3.6.2 国产男装之窘境
 - 3.6.3 中国男装产业发展之路

第四章 2021-2023年男西装市场发展分析

- 4.1 西装相关概述
 - 4.1.1 西装简介
 - 4.1.2 西装的历史发展
 - 4.1.3 西装的分类
 - 4.1.4 西装的工艺
- 4.2 国际男西装市场的发展
 - 4.2.1 日本男西服市场出现细分
 - 4.2.2 美国男西装市场的发展
 - 4.2.3 意大利西装品牌发力亚非市场
- 4.3 中国男西装行业发展分析
 - 4.3.1 中国西装市场整体发展状况
 - 4.3.2 中国高端男西装市场分析
- 4.4 2021-2023年男西装市场集中度现状
 - 4.4.1 2018年男西装市场占有率状况
 - 4.4.2 2019年男西装市场占有率状况
 - 4.4.3 2020年男西装市场占有率状况

第五章 2021-2023年男衬衫发展分析

- 5.1 衬衫的相关概述
 - 5.1.1 衬衫的发展历史
 - 5.1.2 衬衫的颜色
 - 5.1.3 男士衬衫的款式与特色
- 5.2 男衬衫工艺流程及其设计解析
 - 5.2.1 工艺流程选择的原则

- 5.2.2 面料的选择与分析
- 5.2.3 产品定位及款式特征
- 5.2.4 生产流水线的设计
- 5.2.5 缝纫工序分析
- 5.3 中国男衬衫市场分析
 - 5.3.1 品牌分析
 - 5.3.2 市场占有率
 - 5.3.3 电商销售动态
- 5.4 男衬衫开展电子商务的可行性分析
 - 5.4.1 电子商务概述
 - 5.4.2 服装电商运作背景分析
 - 5.4.3 男衬衫电商发展可行性分析
 - 5.4.4 男衬衫开展电商的优势
 - 5.4.5 男衬衫开展电商的劣势
- 5.5 影响男衬衫生产的因素分析
 - 5.5.1 男衬衫生产状况及前景
 - 5.5.2 生产设备对男衬衫生产的影响
 - 5.5.3 质量管理对男衬衫生产的影响
- 5.6 男衬衫消费者调查分析
 - 5.6.1 样本基本信息
 - 5.6.2 生活消费观念
 - 5.6.3 男式衬衫消费偏好
 - 5.6.4 网络购物的特征

第六章 2021-2023年男士内衣市场发展分析

- 6.1 男士内衣产业的发展
 - 6.1.1 男士内衣市场发展态势
 - 6.1.2 中国男士内衣市场消费特征
 - 6.1.3 中国男士内衣行业跃进全新营销时代
- 6.2 中国男士内衣品牌市场分析
 - 6.2.1 男士品牌内衣市场基本态势
 - 6.2.2 男士内衣市场品牌格局

- 6.2.3 男士内衣市场中高端品牌特点
- 6.3 男士内衣市场问题与策略
 - 6.3.1 中国男性内衣市场发展缺陷
 - 6.3.2 中国男士内衣营销策略透析
 - 6.3.3 中国男士内衣品牌发展之路

第七章 2021-2023年领带行业发展分析

- 7.1 领带的相关概述
 - 7.1.1 领带的介绍
 - 7.1.2 领带的分类
 - 7.1.3 简述领带的制作过程
- 7.2 2021-2023年领带行业发展综述
 - 7.2.1 中国领带生产的优势
 - 7.2.2 我国进一步规范领带标准
 - 7.2.3 中国领带业面临的威胁
 - 7.2.4 中国领带业需加快产业升级
- 7.3 中国领带产业竞争分析
 - 7.3.1 低档领带的价格过度竞争
 - 7.3.2 中档领带竞争日趋激烈
 - 7.3.3 高档领带的寡头市场竞争
- 7.4 浙江嵊州领带产业分析
 - 7.4.1 行业发展现状
 - 7.4.2 推动领带产业转型升级
 - 7.4.3 产业转型升级发展思路
 - 7.4.4 建设“国际性领带都市”的战略
- 7.5 中国领带产业存在的问题
 - 7.5.1 领带科技含量低
 - 7.5.2 品牌意识不强
 - 7.5.3 专业人才匮乏
 - 7.5.4 无序竞争严重
- 7.6 中国领带业发展方向
 - 7.6.1 需文化与工艺相结合

7.6.2 产业发展的主攻方向

第八章 2021-2023年男装其他细分行业的发展

8.1 休闲男装

8.1.1 休闲男装市场总体分析

8.1.2 休闲男装市场规模状况

8.1.3 商务休闲男装市场的发展

8.1.4 中国休闲服装品牌营销策略

8.2 运动男装

8.2.1 运动服行业运行态势分析

8.2.2 运动服装市场集中度状况

8.2.3 运动服装行业转型发展状况

第九章 2021-2023年中国部分省市男装产业分析

9.1 温州男装行业的发展

9.1.1 行业发展轨迹

9.1.2 行业发展现状

9.1.3 批发市场格局

9.1.4 高端市场的发展

9.1.5 行业转型方向

9.2 泉州男装行业的发展

9.2.1 行业发展轨迹

9.2.2 专业市场状况

9.2.3 电商市场的拓展

9.2.4 行业发展动态

9.3 福建男装行业的发展

9.3.1 企业资本市场状况

9.3.2 市场发展动态

9.3.3 企业发展的建议

9.4 其他男装行业的发展

9.4.1 山东

9.4.2 宁波奉化析

9.4.3 惠州

第十章 2021-2023年中国男装主要产品进出口状况分析

10.1 中国男式西服进出口数据分析

10.1.1 进出口总量数据分析

10.1.2 主要贸易国进出口情况分析

10.1.3 主要省市进出口情况分析

10.2 中国男衬衫进出口数据分析

10.2.1 进出口总量数据分析

10.2.2 主要贸易国进出口情况分析

10.2.3 主要省市进出口情况分析

10.3 中国男式内衣进出口数据分析

10.3.1 进出口总量数据分析

10.3.2 主要贸易国进出口情况分析

10.3.3 主要省市进出口情况分析

10.4 中国领带及领结进出口数据分析

10.4.1 进出口总量数据分析

10.4.2 主要贸易国进出口情况分析

10.4.3 主要省市进出口情况分析

10.5 中国男式游泳服进出口数据分析

10.5.1 进出口总量数据分析

10.5.2 主要贸易国进出口情况分析

10.5.3 主要省市进出口情况分析

第十一章 2021-2023年纺织行业及面料发展分析

11.1 我国服装纺织行业运行现状

11.1.1 行业生产状况

11.1.2 行业投资状况

11.1.3 行业外贸分析

11.1.4 企业运行质量

11.2 麻纺行业的发展

11.2.1 行业运行状况

- 11.2.2 行业发展现状
- 11.2.3 行业面临的问题
- 11.2.4 行业发展策略
- 11.3 毛纺行业的发展
 - 11.3.1 产品生产状况
 - 11.3.2 行业投资状况
 - 11.3.3 工业增加值分析
 - 11.3.4 对外贸易状况
 - 11.3.5 企业盈利状况
- 11.4 棉纺行业的发展
 - 11.4.1 经济运行现状
 - 11.4.2 市场价格分析
 - 11.4.3 行业政策影响分析
 - 11.4.4 行业财务分析
 - 11.4.5 市场进出口现状
 - 11.4.6 行业制约因素及策略
- 11.5 丝绸行业的发展
 - 11.5.1 行业发展现状综述
 - 11.5.2 产品进出口现状
 - 11.5.3 行业国际化发展中的问题
 - 11.5.4 行业国际化发展可行性措施

第十二章 2021-2023年国外男装重点企业发展分析

- 12.1 Kering集团
 - 12.1.1 企业发展概况
 - 12.1.2 2021年企业经营状况分析
 - 12.1.3 2022年企业经营状况分析
 - 12.1.4 2023年企业经营状况分析
- 12.2 HUGO BOSS
 - 12.2.1 企业发展概况
 - 12.2.2 2021年企业经营状况分析
 - 12.2.3 2022年企业经营状况分析

12.2.4 2023年企业经营状况分析

12.3 Christian Dior Group

12.3.1 企业发展概况

12.3.2 2021财年企业经营状况分析

12.3.3 2022财年企业经营状况分析

12.3.4 2023财年企业经营状况分析

第十三章 2020-2023年国内男装重点上市公司经营状况分析

13.1 雅戈尔集团股份有限公司

13.1.1 企业发展概况

13.1.2 经营效益分析

13.1.3 业务经营分析

13.1.4 财务状况分析

13.1.5 核心竞争力分析

13.1.6 公司发展战略

13.1.7 未来前景展望

13.2 江苏红豆实业股份有限公司

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 经营效益分析

13.2.3 业务经营分析

13.2.4 财务状况分析

13.2.5 核心竞争力分析

13.2.6 公司发展战略

13.2.7 未来前景展望

13.3 宁波杉杉股份有限公司

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 经营效益分析

13.3.3 业务经营分析

13.3.4 财务状况分析

13.3.5 核心竞争力分析

13.3.6 公司发展战略

13.3.7 未来前景展望

13.4 福建七匹狼实业股份有限公司

13.4.1 企业发展概况

13.4.2 经营效益分析

13.4.3 业务经营分析

13.4.4 财务状况分析

13.4.5 核心竞争力分析

13.4.6 公司发展战略

13.4.7 未来前景展望

13.5 浙江报喜鸟服饰股份有限公司

13.5.1 企业发展概况

13.5.2 经营效益分析

13.5.3 业务经营分析

13.5.4 财务状况分析

13.5.5 核心竞争力分析

13.5.6 公司发展战略

13.5.7 未来前景展望

第十四章 对中国男装行业投资及前景趋势分析

14.1 中国男装行业投资分析

14.1.1 男装行业进入门槛

14.1.2 男装行业融资动态

14.1.3 我国男装市场投资机遇

14.1.4 男装投资可行性分析

14.1.5 男装行业投资建议

14.2 中国男装行业发展趋势及预测

14.2.1 未来我国男装行业发展分析

14.2.2 中国男装市场的发展趋势预测

14.2.3 中国高级男装消费趋势渐强

14.2.4 对2024-2030年中国男装行业预测分析

附录

附录一：出口服装检验管理规定

附录二：国家纺织产品基本安全技术规范

图表目录

- 图表 全球服装出口前十位国家和地区统计
- 图表 全球服装进口前十位国家和地区统计
- 图表 美国零售总额及服装零售总额对比
- 图表 美国实际服装支出
- 图表 美国服装零售价格走势
- 图表 不同渠道的美国可比商店服装销售额均值变化
- 图表 美国服装消费者愿意购买的产品（按营销方式分）
- 图表 美国服装总进口
- 图表 美国服装主要进口国
- 图表 美国进口纺织服装金额统计
- 图表 美国进口中国纺织服装金额统计
- 图表 美国进口越南纺织服装金额统计
- 图表 制造业产业链基本结构
- 图表 服装产业链架构
- 图表 中国服装行业规模以上企业产量增幅情况示意图
- 图表 中国社会消费品及服装类零售总额增速情况
- 图表 中国各渠道服装销售额增长情况
- 图表 中国服装产业集群地区企业盈利能力
- 图表 服装及衣着附件业出口额情况
- 图表 服装及衣着附件业单月出口额统计图
- 图表 服装及衣着附件业出口额累计增长趋势图
- 图表 我国对传统市场服装出口金额情况
- 图表 我国对传统市场服装出口数量情况
- 图表 各品牌服装直营比例
- 图表 美国前十大服装B2C平台
- 图表 国内品牌服装日均IP
- 图表 服装行业竞争结构
- 图表 服装产业创新系统的构成要素
- 图表 服装、服饰业固定资产投资情况
- 图表 中国男装行业的零售总额

图表 中国男装消费者选择影响因素

图表 不同年龄层男性对服装的偏好

图表 消费者对不同品质商品的需求曲线

图表 我国上市公司品牌男装特点

图表 国内各级男装品牌

图表 男西装前十位品牌市场占有率

图表 中国男西装市场占有率TOP10

图表 中高档男衬衫款式图

图表 我国十大男衬衫品牌介绍

图表 中国男衬衫市场占有率排名（TOP10）

图表 淘宝网男衬衫销量排行TOP12

图表 天猫男士衬衫销售额排行榜TOP30

图表 男士衬衫电子商务发展环境SWOT分析

图表 整体消费者了解品牌相关信息的渠道

图表 男式衬衫的购买者分布

图表 影响消费者品牌忠诚度的因素分布

图表 消费者购买的影响因素

图表 消费者对男式衬衫的面料花型偏好

图表 消费者对面料功能的偏好

图表 消费者的色彩偏好

图表 消费者的风格偏好

图表 消费者的设计细节偏好

图表 消费者的价格偏好

图表 消费者的品牌产地偏好

图表 中国商务休闲男装市场TOP10品牌排行

图表 我国运动服品牌市场综合占有率

图表 中国运动服市场占有率排名（TOP10）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/415770.html>