



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国男装市场研究预测报告 (白金版)

一、调研说明

《2008年中国男装市场研究预测报告(白金版)》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/47342.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

对外贸易 作为世界上最大的服装生产国和出口大国，服装出口占到世界总量的近1/4。入世以来，我国服装出口贸易不断增长，服装出口竞争力提高很快。我国服装及附件出口到2006年已经达到948.30亿美元，5年增长了两倍半，年均增幅达到21%。我国服装及附件出口竞争力指数到2006年竞争力指数为0.96.....

近年来，我国男装业也表现出强劲发展势头，成为服装行业中增幅最快的门类之一。男装市场风起云涌，市场的需求也在发生着重大的变化.....

市场竞争 国内市场男装竞争日趋激烈，受我国加入WTO、各界看好服装业的影响，07年以来，各地的服装企业如雨后春笋一般成长起来。但是，中华全国商业信息中心的统计显示，市场销售的“排行榜”却没有太大变化，“雅戈尔”、“开开”、“海螺”、“洛兹”等品牌依然名列前茅。随着市场经济的发展和个性消费的需求，2008年男装市场竞争将.....

市场趋势 与花样百出、款式更新迅速的女装相比，男装在设计上相对简单、各品牌间差异化较小，男士对着装的要求更多体现在时尚品味和产品质量上。男士对着装的要求主要体现在实用性、品质和个性化上，未来男装行业的发展趋势将主要趋向.....

声明：

此报告为本司原创，请购买者予以甄别！谨慎选择！凡所见报告目录均为已完成研究成果。收受款后即时发送报告，所有报告均带防伪标志与底纹！如有报告内容与目录不符者均不是本公司产品，或以正在更新或修改为由推延交付时间者均为假冒！

【 目录 】

上 卷

《2008年中国男装市场研究预测报告》(白金版)

本报告上卷为您对2007年男装市场及细分市场进行了详尽的表观描述，并对中国男装行

业运行各项指标进行了详细分析，让您对2007中国男装市场现状及行业运行有详尽的了解...
...，详细内容请您阅读《2008年中国男装市场研究预测报告》(白金版) 1章——7章.....

第一章 2007中国宏观经济发展 1

第二章 2007年中国男装行业政策环境 8

- 一、SA8000标准 8
- 二、全球纺织业后配额时代 9
- 三、“特保”措施 14

第三章 国际市场 18

第一节 日本男装市场 18

第二节 香港男装市场 20

第三节 欧盟男装市场 21

一、德国服装市场 21

二、法国男装市场 26

三、英国男装市场 27

第四节 北美男装市场 28

一、美国男装市场 28

二、加拿大男装市场 29

第五节 其他国家男装市场 33

一、澳大利亚男装市场 33

二、俄罗斯服装市场 38

第四章 男装原料供应 42

第一节 中国男装面料与国际的差距 42

一、国产面料与日本面料的差距 42

二、国产面料出现的问题分析 46

三、国产面料顶替进口的解决方法 47

第二节 我国面料进出口情况 48

第三节 2007年面料销售情况 50

一、2007年秋冬面料销售 50

二、2007春夏羊毛织物 51

第五章 中国男装市场对外贸易 54

第一节 2007年我国服装出口 54

第二节 主要出口国家分析 61

第三节 各省市服装出口状况 65

第六章 市场细分 69

第一节 西服 69

一、西服产销现状 69

二、西服的流行趋势 78

三、中国西服行业发展概况 79

四、中国西服与国外对比情况 82

五、中国西服市场的发展趋势 84

六、领先品牌 86

第二节 衬衫 88

一、中国衬衫产销现状 88

二、2007年中国衬衫生产情况 94

三、2007年衬衫市场的特点 95

四、2007年衬衫市场需求 96

五、领先品牌 97

第三节 西裤 98

一、2007年西裤产销现状 98

二、2007年西裤销售分析 99

三、西裤主要品牌市场占有率 101

四、领先品牌 105

第四节 休闲服 105

一、我国休闲服概况 105

二、我国休闲服装市场特点 106

三、领先品牌 108

第五节 领带 112

一、领带发展历史回顾 112

二、我国领带行业发展状况	114
三、入世后，中国领带业的挑战和对策	114
四、领先品牌	117

第七章 区域市场分析 119

第一节 北京男装市场 119

一、北京男装市场容量	119
二、北京商场男装销售情况	119
三、北京男装市场品牌现状	121

第二节 上海 130

一、上海男装市场容量	130
二、上海地区市场分析	130
三、逐鹿上海滩需要注意的问题	131

四、上海男装市场品牌现状 132

第三节 广州 134

一、广州商场男装销售情况	134
二、广州男装市场品牌现状	135

下 卷

《2008年中国男装市场研究预测报告》(白金版)

本报告下卷为您对2007年男装重点企业、市场竞争格局、流行趋势、行业发展走向等进行了深度解构分析，让您对2008中国男装市场有更好的了解与把握，助您把握商机，占尽先机！详细内容请您阅读《2008年中国男装市场研究预测报告》(白金版) 8章——11章……

第八章 消费者 137

第一节 男装消费者市场细分 137

一、男装市场细分指标	137
（一）按人口和社会经济因素细分	137
（二）按心理因素细分	138
（三）按地理因素细分	138
（四）按顾客利益细分	139

(五) 按用途细分	139
(六) 按促销反应细分	139
(七) 按服务要素细分	139
二、我国人口细分与男装市场人口结构	140
三、年龄结构细分与男装市场消费结构	141
(一) 我国各地区年龄结构分布	141
(二) 男装消费与年龄结构关系	141
四、消费者利益细分与男装市场消费结构	141
五、地理位置细分与男装市场	142
第二节 男装主要消费群体划分	142
一、男装消费群体划分	142
二、男性消费心理及行为特征	143
三、男装消费特点及趋势	143
第三节 影响男装消费者购买行为的主要影响因素概论	144
一、社会文化	144
二、流行时尚	145
三、男装的心理功能与特征	145
四、商品价格	145
(一) 消费者对价格稳定的习惯心理	145
(二) 消费者对价格变动的敏感心理	145
(三) 消费者对商品价格的比较倾向性	145
(四) 消费者对价格高低的感受性	145
五、商品广告	146
六、消费者收入	146
第四节 消费者购买男装的主要影响因素分布	146
第五节 消费者购买男装的渠道分布	147
第六节 消费者购买男装偏好分析	148
一、价格偏好	148
二、品牌偏好	149
(一) 消费群体定位	149
(二) 品牌消费群体消费特征	149
(三) 高端品牌消费者案例分析	149

(四) 男装销售品牌集中度分析	151
第七节 消费者收入对男装购买的影响	156
一、五大城市中产阶层消费行为调查	156
(一) 中产阶级的消费结构变化	156
(二) 中产阶级消费取向	160
(三) 中产阶级的消费观念	161
二、调查结论	162
第八节 购买男装的女性消费者分析	163
一、顾客购物机率分析	163
二、男士服装购买心理因素	163
三、开发女性客户建议	164
第九节 西服消费者分析	166
一、西服购买影响因素分析	166
二、开发西服消费者的策略	166
(一) 市场细分与目标市场的选择	166
(二) 品牌策略	167
(三) 价格管理	168
(四) 渠道运作	169
(五) 促销管理	171
(六) 市场效率分析及优化	171
第十节 西裤消费者分析	172
一、西裤消费者及消费特征	172
二、西裤购买者及购买特性	172
三、西裤与休闲装、西服品牌的区别	173
四、西裤品牌消费分析	173
五、知名西裤品牌的对比分析	173
第十一节 男鞋主要品牌及消费分析	175
一、皮鞋市场综合占有率前十个品牌	175
二、男皮鞋消费特点	179
第十二节 男装产品定位	179
一、购买心理	179
二、消费理念	180

三、品牌路线	180
四、品牌文化	183
五、品牌产品	184
六、产品定位	184
附录：男装形象代言人分析	185

第九章 优势企业分析 188

第一节 雅戈尔集团股份有限公司 188

一、公司简介	188
二、主要产品	189
三、战略动态	189

第二节 杉杉集团 190

一、公司简介	190
二、主要产品	191
三、战略动态	192

第三节 罗蒙集团 193

一、公司简介	193
二、主要产品	195
三、战略动态	195

第四节 红豆集团 196

一、公司简介	196
二、主要产品	197
三、战略动态	197

第五节 虎豹集团 200

一、公司简介	200
二、主要产品	201
三、战略动态	201

第六节 上海开开（集团）有限公司 205

一、公司简介	205
二、主要产品	206
三、战略动态	206

第七节 报喜鸟集团 206

一、公司简介	206
二、主要产品	207
三、战略动态	207
第八节 九牧王（福建）服饰发展有限公司	208
一、公司简介	208
二、主要产品	208
三、战略动态	208

第十章 男装流行趋势 209

第一节 男装现在及将来流行趋势	209
第二节 男装面料供应发展趋势	211
第三节 男装新产品开发方向	214

第十一章 男装行业发展趋势及预测 215

第一节 中国衬衫市场竞争发展态势	215
第二节 中国西服行业趋势	215
第三节 中国服装市场营销趋势	220

表目录

表1 2007年1-12月国内生产总值统计/增长	1
表2 2007年1-12月国内生产总值分季度统计/增长	1
表3 2007年1-12月国内生产总值分产业统计/增长	1
表4 2007年1-12月全年规模以上工业增加值统计/增长	2
表5 2007年1-12月全社会固定资产投资统计/增长	3
表6 2007年1-12月农村固定资产投资统计/增长	3
表7 2007年1-12月城镇/固定资产投资统计/增长	3
表8 2007年1-12月分地区固定资产投资统计/增长	4
表9 2007年1-12月社会消费品零售总额统计/增长	4
表10 2007年1-12月进出口总额统计/增长	5
表11 2007年1-12月城镇居民人均可支配收入统计/增长	5
表12 2007年1-12月农村居民人均纯收入统计/增长	6
表13 2007年1-12月城镇新增就业统计/增长	6

表14 德国男装市场平均年增长率	22
表15 德国服装主要出口国	23
表16 德国男装的平均消费额	24
表17 2007年1-11月我国面料进出口额	48
表18 2007年1-11月我国面料出口数量/平均单价	48
表19 2007年1-7月我国服装出口量	54
表20 2007年1-7月我国服装出口平均单格	55
表21 2007年1-7月我国服装出口到欧盟27国数据分析	57
表22 2007年1-7月我国服装出口欧盟27国中前三位国家数据分析	57
表23 2007年1-7月我国服装出口到美国数据分析	59
表24 2007年1-7月我国服装出口到日本数据分析	59
表25 2007年1-7月服装出口各贸易方式情况	60
表26 2007年北京男西服或便服套状、上衣、长短裤及工装、马裤出口情况	65
表27 2007年天津男西服或便服套状、上衣、长短裤及工装、马裤出口情况	65
表28 2007年河北男西服或便服套状、上衣、长短裤及工装、马裤出口情况	65
表29 2007年上海男西服或便服套状、上衣、长短裤及工装、马裤出口情况	66
表30 2007年江苏男西服或便服套状、上衣、长短裤及工装、马裤出口情况	66
表31 2007年浙江男西服或便服套状、上衣、长短裤及工装、马裤出口情况	66
表32 2007年安徽男西服或便服套状、上衣、长短裤及工装、马裤出口情况	66
表33 2007年福建男西服或便服套状、上衣、长短裤及工装、马裤出口情况	67
表34 2007年江西男西服或便服套状、上衣、长短裤及工装、马裤出口情况	67
表35 2007年山东男西服或便服套状、上衣、长短裤及工装、马裤出口情况	67
表36 2007年河南男西服或便服套状、上衣、长短裤及工装、马裤出口情况	67
表37 2007年广东男西服或便服套状、上衣、长短裤及工装、马裤出口情况	68
表38 2007年陕西男西服或便服套状、上衣、长短裤及工装、马裤出口情况	68
表39 2007年湖北男西服或便服套状、上衣、长短裤及工装、马裤出口情况	68
表40 2007年11月我国西服及西服套装产量	69
表41 2007年1-11月我国累计生产西服及西服套装数量	70
表42 2007年11月我国西装及西服套装的主要产地情况	70
表43 2007年8月西服及西服套装青海产量统计	71
表44 2007年8月西服及西服套装广东产量统计	71
表45 2007年7月西服及西服套装重庆产量统计	71

表46 2007年7月西服及西服套装全国产量统计	71
表47 2007年11月北京亿元商场男西服销售额前10位商场排序	72
表48 2007年11月北京亿元商场男西服销售额前10位商场排序	73
表49 2007年11月北京亿元商场男西服销售额前10位商场的平均单价(元/件套)	74
表50 2007年11月北京亿元商场男西服销售额前10位品牌排序	75
表51 2007年11月北京亿元商场男西服销售量前10位品牌排序	76
表52 2007年11月北京亿元商场男西服销售额前10位品牌的平均单价(元/件套)	77
表53 2007年11月我国衬衫产量数据	89
表54 2007年1-11月我国累计衬衫产量数据	90
表55 2007年11月浙江省生产衬衫数据	90
表56 2007年9月北京亿元商场男衬衫销售额前10位商场排序	91
表57 2007年9月北京亿元商场男衬衫销售量前10位商场排序	92
表58 2007年9月北京亿元商场男衬衫销售量前10位品牌排序	93
表59 2007年9月北京亿元商场男衬衫销售额前10位品牌的平均单价(元/件)	94
表60 2007年1-11月我国衬衫的主要生产地生产情况	94
表61 2007年1-9月中国分地区衬衫产量统计	95
表62 2007年6月全国重点大型零售企业销售西裤情况	99
表63 全国十大主销商场	100
表64 2007年5月华北地区大型商场西裤销售前十位品牌市场综合占有率统计	101
表65 2007年5月东北地区大型商场西裤销售前十位品牌市场综合占有率统计	102
表66 2007年5月东北地区大型商场西裤销售前十位品牌市场综合占有率统计	102
表67 2007年5月华东地区大型商场西裤销售前十位品牌市场综合占有率统计	103
表68 2007年5月中南地区大型商场西裤销售前十位品牌市场综合占有率统计	103
表69 2007年5月西北地区大型商场西裤销售前十位品牌市场综合占有率统计	104
表70 2007年5月西南地区大型商场西裤销售前十位品牌市场综合占有率统计	104
表71 我国消费者年龄分段	137
表72 我国消费者按职业及收入分段	137
表73 我国消费者按家庭规模、类型分段	138
表74 我国消费者按生活方式分段	138
表75 消费者购买男装的渠道分布	148
表76 世界十大男装品牌	152
表77 中国(中档)男装品牌主要分布及其特征	154

表78 2007年7月北京亿元商场男鞋按品牌统计销售额排序名单	176
表79 2007年7月北京亿元商场男鞋按品牌销售量排序名单	177
表80 2007年7月北京亿元商场男鞋销售额前10位品牌的各档次销量分布	178

图目录

图1 近几年1-7月服装出口创汇增幅情况	54
图2 近几年1-7月同期服装出口价格和同比图	56
图3 2007年11月份我国西服及西服套装分省市产量统计	69
图4 2007年11月份我国衬衫分省市产量统计	89
图5 全国重点大型零售企业销售前十名品牌市场综合占有率	100
图6 不同年龄层男性对服装的偏好	143

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47342.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适

中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。