



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国男装市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国男装市场分析及发展趋势研究报告》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/57229.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

第一部分 2006—2007年男装行业宏观环境综述

第一章 2006—2007年中国宏观经济环境 1

第一节 2006—2007年宏观经济运行环境分析预测 1

一、2006 年中国宏观经济形势回顾 1

二、2007年中国宏观经济展望 4

第二节 我国三大经济区域现状与走势预测 5

一、三个地区基本状况比较 5

二、三地区经济概况比较 7

三、三大城市群经济发展预期 9

第二章 2006—2007年中国男装行业政策环境 11

一、SA8000标准 11

二、全球纺织业后配额时代 11

三、“特保”措施 13

第二部分 2006—2007年男装行业回顾与展望

第三章 男装行业发展现状 14

第一节 现阶段中国男装行业发展特点 14

一、产业集聚地区优势明显 14

二、差异化发展，为中小企业在行业赢得一席之地 15

三、产业升级成为行业结构调整的主线 16

四、改制是推动企业发展动力的根本 16

五、由以百货业经营为主转向多种业态共同经营 16

第二节 中国男装行业存在问题及发展建议 17

一、国际男装消费的演变 17

二、中国男装产业的“前世今生” 18

三、中国男装面临的三大问题 18

四、国内知名男装品牌的成功模式 19

第四章 2006年中国男装行业销售状况分析 21

第一节 2006年中国男装产业回顾 21

一、服装销售方式的变化及趋势 21

二、2006年男装产业新格局 21

三、全国男装市场主要特征 21

四、国内男装业发展趋势 22

第二节 2006年中国男装销售状况分析 23

一、2006年重点大型商场男西装品牌销售排行 23

二、2006年重点大型商场西裤品牌销售排行 29

三、2006年重点大型商场男衬衫品牌销售排行 36

第五章 中国男装面料供应情况分析 43

第一节 中国男装面料与国际的差距 43

一、国产面料与日本面料的差距 43

二、国产面料出现的问题分析 44

三、国产面料顶替进口的解决方法 45

第二节 我国面料进出口情况 47

一、生产出口快速增长 47

二、出口价格稳步提高 48

三、化纤面料比重攀升 49

四、美欧设限影响不大 49

五、出口市场更趋多元 50

六、区域优势非常突出 51

第三节 2006年面料销售情况与2007流行趋势 57

一、2006年秋冬面料销售情况 57

二、2007春夏羊毛织物流行趋势——男装面料 55

第六章 中国男装市场进出口分析 57

一、2006年1—9月我国服装出口概况 57

二、2006年我国服装出口特征 57

三、主要出口国家分析 58

四、各省市服装出口状况 63

第七章 中国男装行业投资状况分析 66

一、男装市场的现状 66

二、投资可行性分析 67

三、投资建议 67

第三部分2006—2007年男装细分产业及其市场研究

第八章 男装主要细分市场分析 70

第一节 西服 70

一、西服工艺分析 70

二、中国西服业发展现状 71

三、2006年我国零售业男西装销量情况 72

第二节 衬衫 73

一、国内衬衫市场四大态势 73

二、我国2006年男衬衫市场销售状况 74

第三节 西裤 75

一、成功的西裤品牌需要解决的问题 75

二、国内知名西裤品牌的定位分析 76

第四节 休闲服 78

一、国内休闲服装市场发展状况 78

二、国内休闲服装市场特点 78

第四部分 中国男装消费市场调研

第九章 消费者分析 80

第一节 消费者类型分析 80

一、消费者类型 80

二、消费购物与生活方式 81

第二节 消费者购买男装心理透视 81

一、男士的着装购买心理因素 82

二、男装销售——要以女人为中心 83

第十章 重点区域市场分析 84

第一节 北京男装市场 84

一、北京男装市场概况 84

二、北京市服装市场分品类销售呈现的特点 84

三、2006年北京商场男装销售情况 85

第二节 上海男装市场 103

一、上海男装市场概况 103

二、2006年上海商场男装销售情况 104

第三节 武汉男装市场 109

第五部分 2006—2007年男装行业竞争实况解析

第十一章 2006年中国男装市场竞争状况 113

第一节 中国男装市场的竞争现状 113

一、中国男装产业已具相当基础 113

二、男装产业正进入关键性转型期 113

三、男装产业新格局已经形成 114

四、男装产业机遇与挑战并存 115

第二节 中国男装主要生产地区分析 116

一、浙江宁波男装业 116

二、浙江温州男装业 119

三、福建泉州男装业 119

第十二章 优势企业分析 121

第一节 雅戈尔集团股份有限公司 121

一、公司概况 121

二、2006年企业经营分析 122

三、雅戈尔科技发展之路 124

第二节 杉杉集团 125

一、杉杉介绍 125

二、2006年企业经营分析 126

三、杉杉集团品牌升级战略管理的实施 128

第三节 罗蒙集团 129

一、企业背景 129

二、罗蒙科技发展之路 131

第四节 红豆集团 132

一、红豆公司简介 132

二、2006年企业经营分析 133

第五节 九牧王（福建）服饰发展有限公司 135

一、集团简介 135

二、九牧王发展策略 136

第六部分 男装行业渠道与品牌战略分析

第十三章 2006年中国男装渠道分析139

第一节 中国男装分销零售渠道 139

一、分销零售信息化建设 139

二、杉杉渠道变革分析 142

第二节 中国男装开拓国际市场的方式 145

第三节 如何解决服装企业营销渠道变形 146

第十四章 男装业的品牌战略分析 148

第一节 寻找服装业的核心品牌战略 148

一、服装品牌走出国门梦难圆 148

二、国内服装品牌的“三大死穴” 148

三、三大品牌策略逐鹿国际市场 149

第二节 浙江服装企业的品牌战略 150

一、综合性品牌战略 150

二、多品牌战略 152

第三节 服装品牌营销策略揭密 153

第七部分 男装行业发展新趋势及面临的危机

第十五章 中国男装行业发展趋势及预测 156

第一节 我国服装业发展态势 156

第二节 中国西服行业趋势预测 159

一、更多的品牌大规模开发西部、内陆及沿海市场的县城、镇城等二、三级市场 159

二、特许经营将更深入地改造传统西服业营销模式 159

三、各类品牌将加强整体作战，全面出击的能力 159

四、工艺、技术持续提高，产品品质全面改善 160

五、商品价格定位将进一步拉大差距，市场将进一步细化 160

第十六章 中国男装行业面临的危机及解决对策 162

第一节 国产男装的沦陷及解决对策 162

一、洋设计师不是救世主 162

二、没有章法的营销体系 163

三、品牌缺乏DNA 164

四、国产男装的重振之路 165

第二节 杉杉及其他男装品牌发展存在的问题 166

一、多品牌化发展的目的 167

二、杉杉集团及其他多品牌企业在市场运营中的表现 168

图表目录

图表1-1 2000-2005年中国GDP按季度增长情况 1

图表1-2 2006年前三季度中国实际利用外资统计 2

图表1-3	2006年前三季度国内生产总值/同比增长统计	2
图表1-4	2006年前三季度国内第一/第二/第三产业/生产总值统计	2
图表1-5	2006年前三季度国内人均收入	3
图表1-6	2006年工资市场和物价(亿元) (1-10月)	3
图表1-7	2006年对外贸易与利用外资(亿美元) (1-10月)	3
图表1-8	2006年男装、制造业累计应收帐款净额	6
图表1-9	三大区域主要经济指标占全国指标比重	8
图表1-10	三大区域三大需求人均值比较	8
图表4-1	2006年4月东北地区男西装前十位品牌市场综合占有率	23
图表4-2	2006年4月华北地区男西装前十位品牌市场综合占有率	23
图表4-3	2006年4月华东地区男西装前十位品牌市场综合占有率	24
图表4-4	2006年4月西北地区男西装前十位品牌市场综合占有率	24
图表4-5	2006年4月西南地区男西装前十位品牌市场综合占有率	25
图表4-6	2006年4月中南地区男西装前十位品牌市场综合占有率	25
图表4-7	2006年华东地区9月男西装前十位品牌市场占有率	26
图表4-8	2006年华北地区9月男西装前十位品牌市场占有率	26
图表4-9	2006年华北地区9月男西装前十位品牌市场占有率	27
图表4-10	2006年中南地区9月男西装前十位品牌市场占有率	27
图表4-11	2006年东北地区9月男西装前十位品牌市场占有率	28
图表4-12	2006年西北地区9月男西装前十位品牌市场占有率	28
图表4-13	2006年5月东北地区前十位西裤品牌市场综合占有率	30
图表4-14	2006年5月华北地区前十位西裤品牌市场综合占有率	30
图表4-15	2006年5月西南地区前十位西裤品牌市场综合占有率	31
图表4-16	2006年5月华东地区前十位西裤品牌市场综合占有率	31
图表4-17	2006年5月西北地区前十位西裤品牌市场综合占有率	32
图表4-18	2006年5月中南地区前十位西裤品牌市场综合占有率	32
图表4-19	2006年华东地区9月西裤前十位品牌市场占有率	33
图表4-20	2006年西南地区9月西裤前十位品牌市场占有率	33
图表4-21	2006年中南地区9月西裤前十位品牌市场占有率	34
图表4-22	2006年华北地区9月西裤前十位品牌市场占有率	34
图表4-23	2006年西北地区9月西裤前十位品牌市场占有率	35
图表4-24	2006年东北地区9月西裤前十位品牌市场占有率	35

图表4-25 2006年10月西裤十大主销商场 36

图表4-26 2006年5月东北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率 37

图表4-27 2006年5月华北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率 37

图表4-28 2006年5月华东地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率 38

图表4-29 2006年5月西北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率 38

图表4-30 2006年5月西南地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率 39

图表4-31 2006年5月中南地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率 39

图表4-32 2006年华东地区9月男衬衫前十位品牌市场占有率 40

图表4-33 2006年东北地区9月男衬衫前十位品牌市场占有率 40

图表4-34 2006年中南地区9月男衬衫前十位品牌市场占有率 41

图表4-35 2006年西南地区9月男衬衫前十位品牌市场占有率 41

图表4-36 2006年西北地区9月男衬衫前十位品牌市场占有率 42

图表5-1 我国面料近几年1-8月同期产量出口量图 48

图表5-2 近几年1-8月同期出口面料数量、金额、价格对比图 48

图表6-1 2001—2006年以来1-9月同期服装出口情况 58

图表6-2 2001—2006年各月出口服装趋势 59

图表6-3 近几年我服装出口日本创汇情况 61

图表6-4 2006年1-5月日本纺织品服装进出口国别（地区）排序（前20位） 61

图表6-5 2001—2006年中日纺织品服装贸易统计 62

图表10-1 2006年1月北京亿元商场男西服按品牌零售额排序表 85

图表10-2 2006年1月北京亿元商场男衬衫按品牌零售额排序表 86

图表10-3 2006年4月北京亿元商场男西服按商场零售额排序名单 86

图表10-4 2006年4月北京亿元商场男西服按商场零售量排序名单 88

图表10-5 2006年4月北京亿元商场男西服分档次按商场销量排序名单 89

图表10-6 2006年4月北京亿元商场男西服按品牌零售额排序名单 91

图表10-7 2006年4月北京亿元商场男西服按品牌零售量排序名单 92

图表10-8 2006年4月北京亿元商场男西服分档次按品牌销售量排序名单 93

图表10-9 2006年7月北京亿元商场男西服按商场零售量排序名单 96

图表10-10 2006年7月北京21家亿元商场男西服销售量与上月比较图 96

图表10-11 2006年7月北京21家亿元商场男西服销售量排名前十位商场销售量 97

图表10-12 2006年7月北京21家亿元商场男西服销售量排名前十位商场变化图 97

图表10-13 2006年7月北京亿元商场男西服销售额排名前十位商场平均单价 98

图表10-14 2006年7月北京21家亿元商场男西服销售额排名 98

图表10-15 2006年7月北京亿元商场男西服按品牌零售额排序名单 100

图表10-16 2006年7月北京21家亿元商场男西服按品牌统计销售额与上月比较 100

图表10-17 2006年7月北京21家亿元商场男西服销售额排名前十位品牌销售比重 101

图表10-18 2006年7月北京21家亿元商场男西服销售额排名前十位品牌销售额 101

图表10-19 2006年7月北京21家亿元商场男西服销售额排名前十位品牌名次变化数 102

图表10-20 2006年7月北京亿元商场男西服按品牌零售量排序名单 102

图表10-21 上海2006年2月十大商场男衬衫领先品牌市场占有率 104

图表10-22 上海2006年2月十大商场男西服领先品牌市场占有率 105

图表10-23 上海2006年2月十大商场男西裤领先品牌市场占有率 105

图表10-24 上海2006年2月十大商场休闲夹克领先品牌市场占有率 106

图表10-25 上海3月份男衬衫服装品牌销售排行 106

图表10-26 上海3月份男西服服装品牌销售排行 106

图表10-27 上海3月份男西裤服装品牌销售排行 107

图表10-28 上海2006年10—11月份服装零售总额 107

图表10-29 上海2006年11月十大商场男衬衫领先品牌市场占有率 108

图表10-30 上海2006年11月十大商场男西服领先品牌市场占有率 108

图表10-31 上海2006年11月十大商场男西裤领先品牌市场占有率 108

图表10-32 上海2006年11月十大商场休闲（茄克）领先品牌市场占有率 108

图表10-33 上海2006年10—11月十大商场男装销售额 109

图表10-34 2006年4月武汉市亿元商场男装销售排行 109

图表10-35 2006年4月武汉市亿元商场西裤销售排行 110

图表10-36 2006年4月武汉市亿元商场休闲装销售排行 110

图表10-37 2006年7月武汉市亿元商场男装销售排行 111

图表10-38 2006年7月武汉市亿元商场休闲装销售排行 111

图表10-39 2006年7月武汉市亿元商场西裤销售排行 112

图表12-1 2006年雅戈尔每股指标分析 122

图表12-2 2006年雅戈尔利润构成分析 123

图表12-3 2006年雅戈尔获利能力分析 123

图表12-4 2006年雅戈尔经营能力分析 123

图表12-5 2006年雅戈尔发展能力分析 124

图表12-6 2006年彬彬集团每股指标分析 126

图表12-7 2006年彬彬集团利润构成分析 127
图表12-8 2006年彬彬集团获利能力分析 127
图表12-9 2006年彬彬集团经营能力分析 127
图表12-10 2006年彬彬集团发展能力分析 128
图表12-11 红豆集团每股指标分析 133
图表12-12 红豆集团利润构成分析 134
图表12-13 红豆集团获利能力分析 134
图表12-14 红豆集团经营能力分析 134
图表12-15 红豆集团发展能力分析 135
图表14-1 浙江服装品牌综合品牌战略实施情况 151
图表14-2 浙江省服装企业品牌多元化情况表 152
A004

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/57229.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。