



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007年男装行业深度调研报告

## 一、调研说明

《2007年男装行业深度调研报告》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/57272.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

报告目录：

### 第一章 2006年中国宏观经济环境 1

#### 一、固定资产投资增速趋缓 1

#### 二、消费继续平稳增长 2

#### 三、进出口增速较快，贸易顺差保持高位 3

#### 四、C P I 和 P P I 均小幅温和上涨 3

#### 五、工业增速有所回落 4

### 第二章 2006年中国男装行业政策环境 13

#### 一、2006年服装标准制修订及报批情况 13

#### 二、2006年洗涤褪色服装将出行业国标 14

#### 三、2006年《纳米技术处理服装》正式列入广东省地方标准 15

### 第三章 男装行业发展现状 17

#### 第一节 现阶段中国男装行业发展特点 17

##### 一、产业集聚地区优势明显 17

##### 二、差异化发展，为中小企业在行业赢得一席之地 18

##### 三、产业升级成为行业结构调整的主线 19

##### 四、改制是推动企业发展动力的根本 19

##### 五、由以百货业经营为主转向多种业态共同经营 19

#### 第二节 中国男装产业集群与男装名城 20

##### 一、三大男装产业集群 20

##### 二、中国男装名城——广东省惠州市惠城区 20

##### 三、中国男装名城——山东省诸城市 20

##### 四、中国男装加工名城——山东省郯城县 21

##### 五、中国男装名城——河北省容城县 22

##### 六、中国男装名城——浙江省瑞安市 23

#### 第三节 中国男装行业存在问题及发展建议 24

##### 一、国际男装消费的演变 24

##### 二、中国男装产业的“前世今生” 25

##### 三、中国男装面临的三大问题 25

##### 四、国内知名男装品牌的成功模式 26

### 第四章 2006年中国男装行业销售状况分析 28

## 第一节 中国男装产业销售回顾 28

### 一、服装销售方式的变化及趋势 28

### 二、2005年男装产业新格局 28

### 三、全国男装市场主要特征 28

### 四、国内男装业发展趋势 29

## 第二节 2006年中国男装销售状况分析 30

### 一、2006年重点大型商场西裤品牌销售排行 30

### 二、2006年重点大型商场男衬衫品牌销售排行 33

### 三、2005年重点大型商场男西装品牌销售排行 35

## 第五章 中国男装面料供应情况分析 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 43

#### 三、国产面料顶替进口的解决方法 44

### 第二节 2007春夏男装面料与款式 46

### 第三节 中国男装面料供应现状 47

#### 一、多元化让传统面料变身 47

#### 二、国内面料生产有明显的提高 49

#### 三、未来面料趋向多功能及环保发展 50

## 第六章 中国男装市场进出口分析 51

### 第一节 世界服装市场分析 51

#### 一、全球服装品牌设计及供应链趋势 51

#### 二、2007-2012年世界纺织服装贸易发展预测 52

#### 三、2010年全球折扣店服装零售额预测 52

### 第二节 2006年我国服装进出口情况分析 53

### 第三节 2006年男装进出口数据 56

#### 一、2006年男装进口数据 56

#### 二、2006年男装出口数据 63

### 第四节 未来我国服装出口前景及对策分析 71

#### 一、我国纺织服装业出口贸易遇最佳发展期 71

#### 二、2007年输欧纺织品服装配额销售情况 72

#### 三、2007至2008年后纺织服装贸易形势分析 73

## 第七章 中国男装主要出口市场分析 75

### 第一节 2006年我国纺织品服装主要出口市场浅析 75

#### 第二节 日本男装市场 77

##### 一、日本进口中国服装情况 77

##### 二、中日男装产业竞争模式比较 78

##### 三、日本男装零售商向女装和童装业务扩展 81

#### 第三节 美国男装市场 82

##### 一、2006年美国从中国进口纺织品服装情况 82

##### 二、中国服装进入美国市场策略 83

## 第八章 中国男装市场投资分析及市场发展趋势研究报告 86

### 一、男装市场的现状 86

### 二、投资可行性分析 87

### 三、投资建议 87

## 第九章 男装主要细分市场分析 90

### 第一节 西服 90

#### 一、西服工艺分析 90

#### 二、中国西服业发展现状 91

#### 三、2006年我国零售业西服销售情况 92

#### 四、2006年西服及西服套装产品产量全国及各地生产情况 93

### 第二节 衬衫 103

#### 一、国内衬衫市场四大态势 103

#### 二、2006年男衬衫市场销售状况 104

#### 三、2006年衬衫产量全国及各地生产情况 105

### 第三节 西裤 116

#### 一、成功的西裤品牌需要解决的问题 116

#### 二、国内知名西裤品牌的定位分析 117

#### 三、2006年西裤市场销售状况 118

### 第四节 休闲服 120

#### 一、国内休闲服装市场发展状况 120

#### 二、国内休闲服装市场特点 120

## 第十章 消费者分析 122

### 第一节 消费者类型分析 122

一、消费者类型	122
二、消费购物与生活方式	123
第二节 消费者购买男装心理透视	124
一、男士的着装购买心理因素	124
二、男装销售——要以女人为中心	125
第十一章 重点区域市场分析	127
第一节 北京男装市场	127
一、北京男装市场概况	127
二、北京市服装市场分品类销售呈现的特点	127
三、2006年北京商场男装销售情况	128
第二节 上海男装市场	134
一、上海男装市场概况	134
二、2006年上海商场男装销售情况	135
第三节 武汉男装市场	139
第十二章 2006年中国男装市场竞争状况	141
第一节 中国男装市场的竞争现状	141
一、中国男装产业已具相当基础	141
二、男装产业正进入关键性转型期	141
三、男装产业新格局已经形成	142
四、男装产业机遇与挑战并存	143
第二节 男装产业竞争格局分析	144
一、大众市场仍唱主角	144
二、中档消费居多	144
三、正装休闲融合商务休闲走俏市场	145
四、区域消费不等 市场差距明显拉开	145
五、国际竞争——日趋激烈面临挑战	145
六、市场竞争手段 成本竞争转向综合竞争	146
第三节 中国男装主要生产地区分析	146
一、浙江宁波男装业	146
二、浙江温州男装业	150
三、福建泉州男装业	150
第四节 服装业百强和名牌产品企业名单	151

一、服装业利润总额百强企业名单	151
二、服装业产品销售收入百强企业名单	154
三、中国服装行业竞争力前10强企业	157
四、2005-2006年度中国纺织服装行业出口百强企业名单	157
第十三章 优势企业分析	161
第一节 雅戈尔集团股份有限公司	161
一、公司概况	161
二、2006年企业经营分析	162
三、雅戈尔科技发展之路	164
第二节 杉杉集团	165
一、杉杉介绍	165
二、2006年企业经营分析	166
三、杉杉集团品牌升级战略管理的实施	167
第三节 罗蒙集团	169
一、企业背景	169
二、罗蒙科技发展之路	170
第四节 红豆集团	172
一、红豆公司简介	172
二、2006年企业经营分析	172
第五节 九牧王（福建）服饰发展有限公司	174
一、集团简介	174
二、九牧王发展策略	175
第十四章 中国男装渠道分析	178
第一节 中国男装分销零售渠道	178
一、分销零售信息化建设	178
二、杉杉渠道变革分析	181
第二节 中国男装开拓国际市场的方式	184
第三节 如何解决服装企业营销渠道变形	185
第十五章 男装业的品牌战略分析	187
第一节 寻找服装业的核心品牌战略	187
一、服装品牌走出国门梦难圆	187
二、国内服装品牌的“三大死穴”	187

### 三、三大品牌策略逐鹿国际市场 188

## 第二节 浙江服装企业的品牌战略 189

### 一、综合性品牌战略 189

### 二、多品牌战略 191

## 第三节 服装品牌营销策略揭密 192

# 第十六章 中国男装行业发展趋势及预测 195

## 第一节 我国服装业发展态势 195

## 第二节 中国西服行业趋势预测 198

### 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 198

### 二、特许经营将更深入地改造传统西服业营销模式 198

### 三、各类品牌将加强整体作战，全面出击的能力 198

### 四、工艺、技术持续提高，产品品质全面改善 199

### 五、商品价格定位将进一步拉大差距，市场将进一步细化 199

# 第十七章 中国男装行业面临的危机及解决对策 201

## 第一节 国产男装的沦陷及解决对策 201

### 一、洋设计师不是救世主 201

### 二、没有章法的营销体系 202

### 三、品牌缺乏DNA 203

### 四、国产男装的重振之路 204

## 第二节 杉杉及其他男装品牌发展存在的问题 205

### 一、多品牌化发展的目的 206

### 二、杉杉集团及其他多品牌企业在市场运营中的表现 207

## 第三节 常熟男装品牌运作思考 209

### 一、风险篇 209

### 二、机会篇 211

### 三、传播篇 214

## 图表目录：

### 图表1-1 2006年全社会固定资产投资 1

### 图表1-2 2006年社会消费品零售总额 2

### 图表1-3 2006年前三季度城镇居民人均可支配收入 2

### 图表1-4 2006年前三季度城进出口总额 3

### 图表1-5 2006年前三季度规模以上工业增加值 4



图表1-6 2006年1 - 8月全国规模以上工业实现利润 5

图表1-7 2006年前三季度各行业增长情况统计 5

图表1-8 2006年1 - 9月全国外商投资新设立企业 6

图表1-9 2006年1 - 9月我国外汇储备余额 10

图表2-1 2006年第一批国家标准制修订项目 13

图表4-1 2006年10月华北地区西裤前十位品牌市场占有率 30

图表4-2 2006年10月东北地区西裤前十位品牌市场占有率 31

图表4-3 2006年10月华东地区西裤前十位品牌市场占有率 31

图表4-4 2006年10月中南地区西裤前十位品牌市场占有率 32

图表4-5 2006年10月西北地区西裤前十位品牌市场占有率 32

图表4-6 2006年10月西南地区西裤前十位品牌市场占有率 33

图表4-7 2006年4月东北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率 33

图表4-8 2006年4月华东地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率 34

图表4-9 2006年4月中南地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率 34

图表4-10 2006年4月西北地区男衬衫前十位品牌市场综合占有率 35

图表4-11 2005年4月东北地区男西装前十位品牌市场综合占有率 35

图表4-12 2005年4月华北地区男西装前十位品牌市场综合占有率 36

图表4-13 2005年4月华东地区男西装前十位品牌市场综合占有率 36

图表4-14 2005年4月西北地区男西装前十位品牌市场综合占有率 37

图表4-15 2005年4月西南地区男西装前十位品牌市场综合占有率 37

图表4-16 2005年4月中南地区男西装前十位品牌市场综合占有率 38

图表4-17 2005年华东地区9月男西装前十位品牌市场占有率 38

图表4-18 2005年华北地区9月男西装前十位品牌市场占有率 39

图表4-19 2005年华北地区9月男西装前十位品牌市场占有率 39

图表4-20 2005年中南地区9月男西装前十位品牌市场占有率 40

图表4-21 2005年东北地区9月男西装前十位品牌市场占有率 40

图表4-22 2005年西北地区9月男西装前十位品牌市场占有率 41

图表6-1 2006年1月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别进口统计 56

图表6-2 2006年3月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别进口统计 56

图表6-3 2006年6月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别进口统计 56

图表6-4 2006年9月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别进口统计 56

图表6-5 2006年12月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别进口统计 57

图表6-6 2007年1月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别进口统计 57

图表6-7 2006年1月针织或钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计 57

图表6-8 2006年3月针织或钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计 58

图表6-9 2006年6月针织或钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计 58

图表6-10 2006年9月针织或钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计 59

图表6-11 2006年12月针织或钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计 59

图表6-12 2007年1月针织或钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别进口统计 60

图表6-13 2006年1月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计 60

图表6-14 2006年3月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计 60

图表6-15 2006年6月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计 61

图表6-16 2006年9月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计 61

图表6-17 2006年12月针织或钩编的男衬衫分类别进口统计 61

图表6-18 2006年1月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计 61

图表6-19 2006年3月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计 62

图表6-20 2006年6月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计 62

图表6-21 2006年12月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计 62

图表6-22 2007年1月非针织或非钩编的男衬衫分类别进口统计 62

图表6-23 2006年1月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 63

图表6-24 2006年3月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 63

图表6-25 2006年6月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 63

图表6-26 2006年9月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 64

图表6-27 2006年12月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 64

图表6-28 2007年1月非针织或非钩编的男衬衫分类别出口统计 64

图表6-29 2006年1月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别出口统计 65

图表6-30 2006年3月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别出口统计 65

图表6-31 2006年6月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别出口统计 65

图表6-32 2006年9月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别出口统计 65

图表6-33 2006年12月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别出口统计 65

图表6-34 2007年1月针织或钩编男大衣,带帽防寒短上衣,风衣分类别出口统计 66

图表6-35 2006年1月针织或钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计 66

图表6-36 2006年3月针织或钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计 67

图表6-37 2006年6月针织或钩编的男西或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计 67

图表6-38	2006年9月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计	68
图表6-39	2006年12月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计	68
图表6-40	2007年1月针织或钩编的男西服或便服套装、上衣、长短裤、马裤分类别出口统计	69
图表6-41	2006年1月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计	69
图表6-42	2006年3月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计	69
图表6-43	2006年6月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计	70
图表6-44	2006年9月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计	70
图表6-45	2006年12月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计	70
图表6-46	2007年1月针织或钩编的男衬衫分类别出口统计	70
图表7-1	2006年美国进口中国纺织品金额分品种比例	82
图表9-1	2006年8月全国十大主销商场西服销售情况	92
图表9-2	2006年2-12月西服及西服套装产品产量全国合计	93
图表9-3	2006年2-12月西服及西服套装产品产量北京合计	94
图表9-3-2	2006年2-12月西服及西服套装产品产量天津合计	94
图表9-4	2006年2-12月西服及西服套装产品产量河北合计	95
图表9-5	2006年2-12月西服及西服套装产品产量山西合计	95
图表9-6	2006年2-12月西服及西服套装产品产量辽宁合计	96
图表9-7	2006年2-12月西服及西服套装产品产量吉林合计	96
图表9-8	2006年2-12月西服及西服套装产品产量上海合计	97
图表9-9	2006年2-12月西服及西服套装产品产量江苏合计	97
图表9-10	2006年2-12月西服及西服套装产品产量浙江合计	98
图表9-11	2006年2-12月西服及西服套装产品产量安徽合计	98
图表9-12	2006年2-12月西服及西服套装产品产量福建合计	99
图表9-13	2006年2-12月西服及西服套装产品产量江西合计	99
图表9-14	2006年2-12月西服及西服套装产品产量山东合计	100
图表9-15	2006年2-12月西服及西服套装产品产量河南合计	100
图表9-16	2006年2-12月西服及西服套装产品产量湖北合计	101
图表9-17	2006年2-12月西服及西服套装产品产量湖南合计	101
图表9-18	2006年2-12月西服及西服套装产品产量广东合计	102
图表9-19	2006年2-12月西服及西服套装产品产量重庆合计	102
图表9-20	2006年2-12月西服及西服套装产品产量四川合计	103
图表9-21	2006年8月全国男衬衫市场十大主销商场	104

图表9-22	2006年衬衫产品产量全国合计	105
图表9-23	2006年衬衫产品产量北京合计	106
图表9-24	2006年衬衫产品产量天津合计	106
图表9-25	2006年衬衫产品产量河北合计	107
图表9-26	2006年衬衫产品产量山西合计	107
图表9-27	2006年衬衫产品产量辽宁合计	108
图表9-28	2006年衬衫产品产量吉林合计	108
图表9-29	2006年衬衫产品产量黑龙江合计	109
图表9-30	2006年衬衫产品产量上海合计	109
图表9-31	2006年衬衫产品产量江苏合计	110
图表9-32	2006年衬衫产品产量浙江合计	110
图表9-33	2006年衬衫产品产量安徽合计	111
图表9-34	2006年衬衫产品产量福建合计	111
图表9-35	2006年衬衫产品产量江西合计	112
图表9-36	2006年衬衫产品产量江西合计	112
图表9-37	2006年衬衫产品产量山东合计	113
图表9-38	2006年衬衫产品产量河南合计	113
图表9-39	2006年衬衫产品产量湖北合计	114
图表9-40	2006年衬衫产品产量湖南合计	114
图表9-41	2006年衬衫产品产量广东合计	115
图表9-42	2006年衬衫产品产量四川合计	115
图表9-43	2006年10月西裤十大主销商场销售情况	119
图表11-1	北京06年3月亿元商场男装品牌销售（零售额）情况排序	129
图表11-2	北京06年3月亿元商场男装品牌销售（零售量）情况排序	130
图表11-3	北京06年4月亿元商场男装品牌销售（零售额）情况排序	131
图表11-4	北京06年4月亿元商场男装品牌销售（零售量）情况排序	132
图表11-5	北京06年4月亿元商场男衬衫品牌销售情况排序	133
图表11-6	上海06年2月亿元商场男衬衫品牌销售情况排序	135
图表11-7	上海06年3月亿元商场男衬衫品牌销售情况排序	136
图表11-8	2006年7月上海市场服装零售情况分析显示	137
图表11-9	2006年7月上海市场服装零售情况分析显示	138
图表11-10	2006年7月上海市场服装零售情况分析显示	138

图表11-11 2006年3月武汉亿元商场男装销售占有率 139  
图表11-12 武汉06年3月亿元商场休闲装销售占有率 139  
图表11-13 武汉06年2月亿元商场男装销售占有率 140  
图表11-14 武汉06年3月亿元商场男装销售占有率 140  
图表12-1 2005年服装行业“利润总额”百强企业名单 151  
图表12-2 2005年服装行业“产品销售收入”百强企业名单 154  
图表12-3 2005-2006年中国服装行业竞争力前10强企业 157  
图表12-4 2005-2006年度中国纺织服装行业出口百强企业名单 157  
图表13-1 2006年雅戈尔经营业绩分析 162  
图表13-2 2006年雅戈尔财务指标分析 163  
图表13-3 2006年雅戈尔财务指标分析 163  
图表13-4 2006年彬彬集团经营业绩分析 166  
图表13-5 2006年彬彬集团财务指标分析 167  
图表13-6 2006年彬彬集团资产及负债分析 167  
图表13-7 2006年红豆集团经营业绩分析 173  
图表13-8 2006年红豆集团财务指标分析 173  
图表13-9 2006年红豆集团财务指标分析 174  
图表15-1 浙江服装品牌综合品牌战略实施情况 190  
图表15-2 浙江省服装企业品牌多元化情况表 191

A008

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/57272.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](http://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提供专业投资咨询报告、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。