



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/57273.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

目 录 content 第一章 2006年中国宏观经济环境一、固定资产投资增速趋缓二、消费继续平稳增长三、进出口增速较快，贸易顺差保持高位四、C P I 和 P P I 均小幅温和上涨五、工业增速有所回落第二章 2006年中国男装行业政策环境一、2006年服装标准制修订及报批情况二、2006年洗涤褪色服装将出行业国标三、2006年《纳米技术处理服装》正式列入广东省地方标准第三章 男装行业发展现状第一节 现阶段中国男装行业发展特点一、产业集聚地区优势明显二、差异化发展，为中小企业在行业赢得一席之地三、产业升级成为行业结构调整的主线四、改制是推动企业发展动力的根本五、由以百货业经营为主转向多种业态共同经营第二节 中国男装产业集群与男装名城一、三大男装产业集群二、中国男装名城——广东省惠州市惠城区三、中国男装名城——山东省诸城市四、中国男装加工名城——山东省郯城县五、中国男装名城——河北省容城县六、中国男装名城——浙江省瑞安市第三节 中国男装行业存在问题及发展建议一、国际男装消费的演变二、中国男装产业的“前世今生”三、中国男装面临的三大问题四、国内知名男装品牌的成功模式第四章 2006年中国男装行业销售状况分析第一节 中国男装产业销售回顾一、服装销售方式的变化及趋势二、2005年男装产业新格局三、全国男装市场主要特征四、国内男装业发展趋势第二节 2006年中国男装销售状况分析一、2006年重点大型商场西裤品牌销售排行二、2006年重点大型商场男衬衫品牌销售排行三、2005年重点大型商场男西装品牌销售排行第五章 中国男装面料供应情况分析第一节 中国男装面料与国际的差距一、国产面料与日本面料的差距二、国产面料出现的问题分析三、国产面料顶替进口的解决方法第二节 2007春夏男装面料与款式第三节 中国男装面料供应现状一、多元化让传统面料变身二、国内面料生产有明显的提高三、未来面料趋向多功能及环保发展第六章 中国男装市场进出口分析第一节 世界服装市场分析一、全球服装品牌设计及供应链趋势二、2007-2012年世界纺织服装贸易发展预测三、2010年全球折扣店服装零售额预测第二节 2006年我国服装进出口情况分析第三节 2006年男装进出口数据一、2006年男装进口数据二、2006年男装出口数据第四节 未来我国服装出口前景及对策分析一、我国纺织服装业出口贸易遇最佳发展期二、2007年输欧纺织品服装配额销售情况三、2007至2008年后纺织服装贸易形势分析第七章 中国男装主要出口市场分析第一节 2006年我国纺织品服装主要出口市场浅析第二节 日本男装市场一、日本进口中国服装情况二、中日男装产业竞争模式比较三、日本男装零售商向女装和童装业务扩展第三节 美国男装市场一、2006年美国从中国进口纺织品服装情况二、中国服装进入美国市场策略第八章 中国男装市场投资分析及市场发展趋势研究报告一、男装市场的现状二、投资可行性分析三、投资建议第九章 男装主要细分市场分析第一节 西服一、西服工艺分析二、中国西服业发展现状三、2006年我国零售业西服销售情况四、2006年西服及西服套装产品产量全国及各地生产情况第二节 衬衫一、国内衬衫市场四大态势 二

、2006年男衬衫市场销售状况 三、2006年衬衫产量全国及各地生产情况 第三节 西裤一、成功的西裤品牌需要解决的问题二、国内知名西裤品牌的定位分析三、2006年西裤市场销售状况 第四节 休闲服一、国内休闲服装市场发展状况二、国内休闲服装市场特点 第十章 消费者分析 第一节 消费者类型分析一、消费者类型二、消费购物与生活方式 第二节 消费者购买男装心理透视一、男士的着装购买心理因素二、男装销售——要以女人为中心 第十一章 重点区域市场分析 第一节 北京男装市场一、北京男装市场概况二、北京市服装市场分品类销售呈现的特点三、2006年北京商场男装销售情况 第二节 上海男装市场一、上海男装市场概况二、2006年上海商场男装销售情况 第三节 武汉男装市场 第十二章 2006年中国男装市场竞争状况 第一节 中国男装市场的竞争现状一、中国男装产业已具相当基础二、男装产业正进入关键性转型期三、男装产业新格局已经形成四、男装产业机遇与挑战并存 第二节 男装产业竞争格局分析一、大众市场仍唱主角二、中档消费居多三、正装休闲融合商务休闲走俏市场四、区域消费不等 市场差距明显拉开五、国际竞争——日趋激烈面临挑战六、市场竞争手段 成本竞争转向综合竞争 第三节 中国男装主要生产地区分析一、浙江宁波男装业二、浙江温州男装业三、福建泉州男装业 第四节 服装业百强和名牌产品企业名单一、服装业利润总额百强企业名单二、服装业产品销售收入百强企业名单三、中国服装行业竞争力前10强企业四、2005-2006年度中国纺织服装行业出口百强企业名单 第十三章 优势企业分析 第一节 雅戈尔集团股份有限公司一、公司概况 二、2006年企业经营分析三、雅戈尔科技发展之路 第二节 杉杉集团一、杉杉介绍二、2006年企业经营分析三、杉杉集团品牌升级战略管理的实施 第三节 罗蒙集团一、企业背景二、罗蒙科技发展之路 第四节 红豆集团一、红豆公司简介二、2006年企业经营分析 第五节 九牧王（福建）服饰发展有限公司 一、集团简介二、九牧王发展策略 第十四章 中国男装渠道分析 第一节 中国男装分销零售渠道一、分销零售信息化建设二、杉杉渠道变革分析 第二节 中国男装开拓国际市场的方式 第三节 如何解决服装企业营销渠道变形 第十五章 男装业的品牌战略分析 第一节 寻找服装业的核心品牌战略一、服装品牌走出国门梦难圆二、国内服装品牌的“三大死穴” 三、三大品牌策略逐鹿国际市场 第二节 浙江服装企业的品牌战略一、综合性品牌战略二、多品牌战略 第三节 服装品牌营销策略揭密 第十六章 中国男装行业发展趋势及预测 第一节 我国服装业发展态势 第二节 中国西服行业趋势预测一、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三、各类品牌将加强整体作战，全面出击的能力 四、工艺、技术持续提高，产品品质全面改善五、商品价格定位将进一步拉大差距，市场将进一步细化 第十七章 中国男装行业面临的危机及解决对策 第一节 国产男装的沦陷及解决对策一、洋设计师不是救世主二、没有章法的营销体系三、品牌缺乏DNA 四、国产男装的重振之路 第二节 杉杉及其他男装品牌发展存在的问题一、多品牌化发展的目的二、杉杉集团及其他

多品牌企业在市场运营中的表现第三节 常熟男装品牌运作思考一、风险篇二、机会篇三、传播篇图表目录图表1-1 2006年全社会固定资产投资图表1-2 2006年社会消费品零售总额图表1-3 2006年前三季度城镇居民人均可支配收入图表1-4 2006年前三季度城进出口总额图表1-5 2006年前三季度规模以上工业增加值图表1-6 2006年1 - 8月全国规模以上工业实现利润图表1-7 2006年前三季度各行业增长情况统计图表1-8 2006年1 - 9月全国外商投资新设立企业图表1-9 2006年1 - 9月我国外汇储备余额图表2-1 2006年第一批国家标准制修订项目图表4-1 2006年10月华北地区西裤前十位品牌市场占有率图表4-2 2006年10月东北地区西裤前十位品牌市场占有率图表4-3 2006年10月华东地区西裤前十位品牌市场占有率图表4-4 2006年10月中南地区西裤前十位品牌市场占有率图表4-5 2006年10月西北地区西裤前十位品牌市场占有率图表4-6 2006年10月西南地区西裤前十位品牌市场占有率图表4-7 2006年4

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/57273.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。