



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、CPI和PPI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）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。