



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007-2008年中国男装行业研究 及市场预测报告

一、调研说明

《2007-2008年中国男装行业研究及市场预测报告》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/57274.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

2007-2008年中国男装行业研究及市场预测报告

目录

第一章 行业现状 1

第一节 男装行业发展简况 1

一、2006年男装行业发展概况 1

二、现阶段中国男装行业发展特点 2

三、男装行业存在的问题与建议 3

第二节 男装业投资特性分析 5

一、中国男装产业已具相当基础 5

二、男装产业正进入关键性转型期 6

三、男装产业机遇与挑战并存 6

第二章 市场综述 8

第一节 2006年男装市场现状 8

一、2006年中国男装供给总量与地区分布 8

二、2006年中国男装销售情况分析 10

三、中国男装企业经济效益情况 11

四、男装市场品牌发展状况 13

第二节 中国男装主要生产地区分析 22

一、宁波男装业 22

二、温州男装业 23

三、浙江男装业 25

第三节 中国男装面料供应情况 26

一、中国男装面料基本供应情况 26

二、中国男装面料与国际的差距 28

第四节 男装市场发展趋势 30

一、服装销售 30

二、市场开拓方面 31

第三章 进出口分析 33

第一节 中国男装进出口分析 33

一、低价竞争的隐患长期存在 34

二、出口快速增长 35

三、出口市场集中度低 36

四、各种贸易摩擦接连不断，建立预警机制迫在眉睫。 37

五、海外市场贸易保护主义重新抬头 37

第二节 中国男装出口的主要贸易壁垒及应对措施 38

一、中国男装出口贸易壁垒分析 38

二、中国男装企业扩大出口的对策 39

第四节 中国男装进出口发展趋势 42

一、中国服装出口发展趋势 42

二、中国服装进口发展趋势 46

三、中国男装国际竞争力变化趋势 46

第四章 主要出口市场分析 50

第一节 日本男装市场 50

一、日本男装市场概况 50

二、中国服装及男装出口日本市场的情况 52

三、日本再削服装进口税 52

第二节 香港男装市场 53

一、2006年香港服装生产情况 53

二、2006年香港服装出口情况 54

第三节 北美男装市场 57

一、美国男装市场 57

二、加拿大男装市场 58

第四节 欧盟男装市场 59

一、德国男装市场 59

二、法国男装市场 60

三、英国男装市场 60

第五节 其他国家男装市场 61

一、韩国男装市场 61

二、澳大利亚男装市场 61

三、俄罗斯男装市场 62

第五章 重点细分市场分析 64

第一节 西服 64

一、世界男士西服领域的变化 64

二、西服的流行趋势	66
三、中国西服行业发展概况	68
四、中国西服与国外对比情况	71
五、中国西服市场的发展趋势	73
第二节 衬衫	74
一、2006年中国衬衫行业概况	74
二、2006年衬衫市场的特点	77
三、2006年衬衫市场需求结构调整的分析	79
四、目前存在的问题及与国际同行的差距	80
第三节 领带	82
一、领带发展历史回顾	82
二、我国领带行业发展状况	83
三、入世后的中国领带业	85
第六章 重点区域市场分析	86
第一节 北京男装市场	86
一、北京男装市场容量	86
二、北京商场男装销售情况	86
三、北京男装市场品牌现状	88
第二节 上海	89
一、上海男装市场容量	89
二、上海地区市场分析	90
三、逐鹿上海滩需要注意的问题	92
四、上海男装市场品牌现状	95
第三节 广州	97
第七章 男装市场需求规模及预测	99
第一节 男装需求的影响因素	99
一、社会文化	99
二、流行	99
三、男装的心理功能与特征	100
第二节 近几年中国男装市场需求规模	100
一、我国服装总体需求规模	100
二、我国男装市场需求规模与预测	101

三、中国男装各类服装市场容量 102

第八章 销售渠道分析 103

第一节 中国男装的销售渠道构成 103

一、男装分销渠道方式 103

二、中国男装销售渠道存在问题 104

第二节 中国男装开拓国际市场的方式 105

一、在欧美等国际市场创建自己的品牌。 105

二、在全球市场上收购当地的产品品牌。 106

三、收购拥有全球分销渠道的零售企业。 106

第三节 男装未来的渠道发展趋势 107

一、复合营销网络 107

二、实施品牌经营 107

三、与零售业结成联盟 108

第九章 竞争分析 109

第一节 中国男装市场的竞争现状 109

一、中国男装市场总体竞争格局 109

二、主要男装领先品牌及市场占有率 110

三、形象代言人竞争分析 112

四、“盗版”男装严重冲击市场 114

第二节 加入WTO对中国男装市场竞争格局的影响 115

第三节 中国男装市场竞争的发展态势 117

一、品牌竞争 117

二、渠道竞争 117

三、管理竞争 117

四、创新竞争 118

五、人力资源竞争 118

六、理念竞争 118

七、资讯竞争 119

第十章 优势企业分析 120

第一节 雅戈尔集团股份有限公司 120

一、公司背景 120

二、雅戈尔的发展战略 122

三、雅戈尔集团股份有限公司主要财务数据和指标 123

第二节 杉杉集团 126

一、杉杉介绍 126

二、杉杉主要产品 128

三、杉杉的体制改革 128

四、杉杉多元化经营战略 139

五、绿色营销战略 142

六、杉杉组合营销策略 147

第三节 罗蒙集团 149

一、罗蒙集团简介 149

二、坚持创新发展战略 149

三、战略目标 150

四、以男装业为主，进行多向渗透 151

第四节 红豆集团 152

一、红豆公司简介 152

二、服装类新产品开发动态 153

三、红豆公司的发展策略——“四制联动”与“四个转变” 153

四、“三大创新”是红豆发展的不竭源泉 156

第五节 虎豹集团 159

一、江苏虎豹集团简介 159

二、虎豹集团的发展战略 160

第六节 上海开开（集团）有限公司 161

一、上海开开（集团）有限公司简介 161

二、由内至外的经营模式 162

三、强势进军医药业 163

四、上海开开（集团）有限公司主要财务数据和指标 164

第七节 报喜鸟集团 167

一、中国报喜鸟集团简介 167

二、报喜鸟集团的发展策略 167

三、报喜鸟集团的比较优势 168

第八节 洛兹集团 170

一、洛兹集团简介 170

二、实施信息管理工程 171

三、加强设计能力 172

四、打造外贸生产经营体系 173

五、建设人才流通渠道 173

第九节 庄吉集团公司 175

一、庄吉集团公司简介 175

二、人才战略 176

三、庄吉集团技术与信息管理 176

四、以新产品拓展市场，以品牌经营为发展战略 177

五、庄吉集团迅速崛起探秘——出招高、快、新 178

第十节 九牧王（福建）服饰发展有限公司 179

一、公司简介 179

二、九牧王的制作工艺 180

三、规范化管理及用人制度 181

四、实施多品牌、多元化发展战略 182

第十一节 北京德士风服装领带有限公司 184

一、公司简介 184

二、德士风产品 184

三、德士风领带十大经营特色 184

四、德士风对质量的理解与做法 186

第十一章 男装行业发展趋势及预测 190

第一节 中国衬衫市场竞争发展态势 190

一、品牌竞争 190

二、工艺面料竞争 190

三、营销方式的竞争——工、学、商一体化趋势明显 191

第二节 中国服装行业“五种模型”分析 191

一、产业内部竞争状态 192

二、要素供给条件 192

三、市场需求状况 193

四、新进入者的威胁 193

五、相关产业及替代品的发展 194

第四节 男装流行趋势 194

- 一、世界男装流行趋势 194
- 二、中国男装流行趋势 195
- 三、男装色彩预测 197
- 第五节 男装面料供应发展趋势 198
 - 一、面料现状 198
 - 二、2006年男装面料选择 199
 - 三、未来男装面料选择趋势 200
- 第六节 男装新产品开发方向 201
 - 一、功能性服装 201
 - 二、休闲化服装 205
 - 三、休闲化服装 205

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/57274.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。