

中国男装市场销售渠道分析与投资前景趋势研究报告2024-2030年

产品名称	中国男装市场销售渠道分析与投资前景趋势研究报告2024-2030年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国男装市场销售渠道分析与投资前景趋势研究报告2024-2030年*****
*****【报告编号】 382655【出版日期】 2023年11月【出版机构】 中研华泰研究院【交付方式】
EMIL电子版或特快专递【报告价格】 纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元【联系人员】
刘亚 免费售后服务一年, 具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 章

2021-2023年国际男装市场发展分析1.1 国际男装市场发展总析1.1.1 行业发展轨迹1.1.2 市场发展现状1.1.3
典型商业模式评析1.2 意大利男装产业发展分析1.2.1 行业产销状况1.2.2 市场消费格局1.2.3
对外贸易状况1.3 其他主要国家男装市场的发展1.3.1 法国1.3.2 俄罗斯1.3.3 加拿大1.3.4 印度 第二章
2021-2023年中国男装产业发展环境分析2.1 经济环境分析2.1.1 全球经济发展形势2.1.2
全球经济环境对中国的影响2.1.3 中国宏观经济发展现状2.1.4 中国宏观经济发展趋势2.2 社会环境分析2.2.1
人口环境分析2.2.2 收入及消费水平2.2.3 教育状况分析2.3 政策环境分析2.3.1 行业监管体系2.3.2
主要法律法规 第三章 2021-2023年中国男装市场深度分析3.1 中国男装市场发展综析3.1.1
产业发展轨迹3.1.2 市场发展态势3.1.3 市场规模状况3.1.4 市场集中度分析3.1.5 市场需求变化状况3.1.6
市场消费者分析3.2 男装资本市场发展动态3.2.1 企业上市必要性3.2.2 企业上市情况3.3
中国男装市场营销分析3.3.1 男装市场兴起跨界营销3.3.2 男装进入精细化管理时代3.3.3
中国男装营销的误区3.3.4 闽派男装营销成功之借鉴3.3.5 未来男装市场营销趋向3.4
中国男装行业面临的挑战3.4.1 创新能力弱3.4.2 渠道合作匮乏3.4.3 同质化现象严重3.5
男装市场发展策略分析3.5.1 与时俱进占领Shopping malls3.5.2 抓住男装时尚内涵本质3.5.3
准确定位顾客产品风格3.5.4 提升对VIP客户的培育方式3.5.5 线下线上结合发展 第四章
2021-2023年中国男装热点细分行业分析4.1 男西装市场发展分析4.1.1 市场整体发展概况4.1.2
市场集中度现状4.1.3 市场竞争状况4.1.4 高端市场消费主体4.2 男衬衫市场发展分析4.2.1 市场发展概况4.2.2
市场集中度现状4.2.3 消费者调查分析4.3 男士内衣市场分析4.3.1 市场发展态势4.3.2 市场消费特征4.3.3
市场品牌格局4.3.4 品牌打造策略4.4 商务休闲男装市场发展分析4.4.1 市场发展概况4.4.2
市场差异化策略4.4.3 市场发展潜力分析4.5 休闲男装市场发展分析4.5.1 市场总体分析4.5.2
市场规模状况4.6 领带市场发展分析4.6.1 行业发展概况4.6.2 产业集群分析4.6.3 市场品牌格局4.6.4
行业标准状况4.6.5 行业发展方向 第五章 2021-2023年中国男装产业集群分析5.1
中国男装产业集群整体分析5.1.1 产业集群分布状况5.1.2 产业集群特征5.2 温州男装产业的发展5.2.1
行业发展轨迹5.2.2 行业发展现状5.2.3 批发市场格局5.2.4 高端市场的发展5.2.5 行业的转型方向5.3
泉州男装产业的发展5.3.1 行业发展轨迹5.3.2 市场状况5.3.3 电子商务的拓展5.3.4 行业发展动态5.4

福建男装产业的发展5.4.1 行业发展概况5.4.2 企业资本市场状况5.4.3 市场发展动态5.4.4 企业发展的建议5.5 其他地区男装产业的发展5.5.1 惠州5.5.2 北京5.5.3 山东5.5.4 宁波奉化 第六章

2021-2023年中国男装主要产品进出口状况分析6.1 男式西服6.1.1 进出口总量数据分析6.1.2 主要贸易国进出口情况分析6.1.3 主要省市进出口情况分析6.2 男衬衫6.2.1 进出口总量数据分析6.2.2 主要贸易国进出口情况分析6.2.3 主要省市进出口情况分析6.3 男式内衣6.3.1 进出口总量数据分析6.3.2 主要贸易国进出口情况分析6.3.3 主要省市进出口情况分析6.4 领带及领结6.4.1 进出口总量数据分析6.4.2 主要贸易国进出口情况分析6.4.3 主要省市进出口情况分析6.5 男式游泳服6.5.1 进出口总量数据分析6.5.2 主要贸易国进出口情况分析6.5.3 主要省市进出口情况分析 第七章 2021-2023年中国男装市场品牌分析7.1 男装市场品牌发展解析7.1.1 市场品牌态势7.1.2 市场品牌格局状况7.1.3 品牌国际化状况7.2 中国男装品牌的主要运营模式7.2.1 顺美模式7.2.2 雅戈尔模式7.2.3 杉杉模式7.2.4 七匹狼模式7.3 男装企业多品牌运营分析7.3.1 男装企业多品牌运营状况7.3.2 闽派男装均酝酿新品牌7.3.3 男子子品牌运营模式7.4 中国男装品牌发展的创新策略分析7.4.1 产品创新7.4.2 销售模式创新7.4.3 品牌传播创新 第八章 中国男装市场竞争态势深度剖析8.1 男装市场竞争力分析8.1.1 中日竞争模式对比8.1.2 市场竞争态势分析8.1.3 企业核心竞争力探讨8.1.4 打造核心竞争力的对策8.2 男装市场跨界竞争格局8.2.1 网络女装品牌进军男装市场8.2.2 羽绒服巨头布局男装市场8.2.3 医药企业跨界争夺男装市场8.2.4 运动鞋企业跨界抢滩男装市场8.3 外资男装品牌抢滩状况8.3.1 抢滩国内男装市场8.3.2 Corneliani进入国内男装市场8.3.3 T?W?D男装品牌开拓8.3.4 意大利男装品牌进军8.4 男装市场竞争策略8.4.1 设计成国内男装品牌抢滩市场利器8.4.2 中国元素成中西方设计之争 第九章 2021-2023年中国男装市场销售渠道分析9.1 中国男装市场主要销售渠道分析9.1.1 商场9.1.2 专卖店9.1.3 批发市场9.1.4 电子商务9.1.5 主要销售渠道占比9.2 中国重点男装品牌市场渠道布局状况9.2.1 利郎9.2.2 九牧王9.2.3 七匹狼9.3 中国男装市场电子商务渠道分析9.3.1 男装电商市场特征9.3.2 男装电商平台分布9.3.3 男装主要网络品牌9.3.4 男装电商进入机会9.4 主要男装品牌电子商务渠道开发分析9.4.1 七匹狼9.4.2 杉杉股份9.4.3 九牧王9.4.4 劲霸9.4.5 主要品牌电商对比9.5 商场渠道引进男装品牌的分析9.5.1 商场男装区的发展9.5.2 大众快时尚类男装品牌9.5.3 男装多品牌集合店9.5.4 国外中高端男装品牌9.5.5 男装设计师品牌9.5.6 男装定制品牌 第十章 2021-2023年国际男装优势企业发展分析10.1 Kering集团10.1.1 企业发展概况10.1.2 企业经营状况10.1.3 企业发展动态10.1.4 企业发展战略10.2 Dolce & Gabbana10.2.1 企业发展概况10.2.2 企业经营状况10.2.3 企业发展动态10.2.4 企业发展战略10.3 HUGO BOSS10.3.1 企业发展概况10.3.2 企业经营状况10.3.3 企业发展动态10.3.4 企业发展战略10.4 Christian Dior Group10.4.1 企业发展概况10.4.2 企业经营状况10.4.3 企业发展动态10.4.4 企业发展战略 第十一章 2020-2023年国内男装企业分析11.1 雅戈尔集团股份有限公司11.1.1 企业发展概况11.1.2 经营效益分析11.1.3 业务经营分析11.1.4 财务状况分析11.1.5 核心竞争力分析11.1.6 公司发展战略11.1.7 未来前景展望11.2 江苏红豆实业股份有限公司11.2.1 企业发展概况11.2.2 经营效益分析11.2.3 业务经营分析11.2.4 财务状况分析11.2.5 核心竞争力分析11.2.6 公司发展战略11.2.7 未来前景展望11.3 宁波杉杉股份有限公司11.3.1 企业发展概况11.3.2 经营效益分析11.3.3 业务经营分析11.3.4 财务状况分析11.3.5 核心竞争力分析11.3.6 公司发展战略11.3.7 未来前景展望11.4 福建七匹狼实业股份有限公司11.4.1 企业发展概况11.4.2 经营效益分析11.4.3 业务经营分析11.4.4 财务状况分析11.4.5 核心竞争力分析11.4.6 公司发展战略11.4.7 未来前景展望11.5 浙江报喜鸟服饰股份有限公司11.5.1 企业发展概况11.5.2 经营效益分析11.5.3 业务经营分析11.5.4 财务状况分析11.5.5 核心竞争力分析11.5.6 公司发展战略11.5.7 未来前景展望 第十二章 中国男装企业转型调整态势及策略分析12.1 男装企业转型调整的必要性分析12.1.1 市场不景气12.1.2 面临“关店潮”12.1.3 旺季不旺的困惑12.2 男装市场转型态势分析12.2.1 跨界调整成共识12.2.2 行业转型现状12.3 男装企业转型发展策略分析12.3.1 寻找综合竞争优势12.3.2 转投热门行业12.3.3 行业转型思路12.3.4 转型调整趋向12.4 重点企业转型案例分析12.4.1 红豆股份12.4.2 九牧王12.4.3 雅戈尔12.4.4 金利来12.4.5 阿仕顿 第十三章 对中国男装行业投资及前景趋势分析13.1 中国男装行业投资分析13.1.1 男装行业进入门槛13.1.2 男装行业融资动态13.1.3 男装投资可行性分析13.1.4 我国男装市场投资机遇13.1.5 商务休闲男装具备投资潜力13.1.6 男装行业投资建议13.2 中国男装市场的发展趋势及前景13.2.1 产业发展新趋势13.2.2 市场消费趋势13.2.3 品牌企业发展趋势13.2.4 高端市场发展潜力13.3 2024-2030年中国男装市场发展预测分析13.3.1 影响因素分析13.3.2 销售规模预测附录 附录一：纺织工业调整和振兴规划附录二：出口服装检验管理规定附录三：国家纺织产品基本安全技术规范 图表目录 图表 全球主要经济体PMI指标 图表 全球主要经济体贸易进出口额 图表 全球主要经济体汇率 图表 2021-2023年国内生产总值及其增长速度 图表

2021-2023年三次产业增加值占国内生产总值比重图表 2021年主要商品出口数量、金额及其增长速度图表
2021年主要商品进口数量、金额及其增长速度图表
2021年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度图表 2021-2023年货物进出口总额图表
2022年货物进出口总额及其增长速度图表 2022年主要商品出口数量、金额及其增长速度图表
2022年主要商品进口数量、金额及其增长速度图表
2022年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重图表
2022年规模以上工业增加值至同比增长速度图表 2022年规模以上工业生产主要数据图表
2021年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比图表
2021年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度图表
2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力图表
2021-2023年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重图表
2022年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度图表
2022年固定资产投资新增主要生产与运营能力图表
2019-2020年全国固定资产投资（不含农户）同比增速图表
2023年固定资产投资（不含农户）主要数据图表 2022年全国社会消费品零售总额月度同比增长图表
2022年社会消费品零售总额主要数据图表 2023年社会消费品零售总额分月同比增速图表
2023年社会消费品零售总额主要数据图表 2022年与2021年居民人均可支配收入平均数与中位数对比图表
2023年居民人均可支配收入平均数与中位数图表 2021年全国居民人均消费支出及其构成图表
2022年居民人均消费支出及构成图表 2023年居民人均消费支出及构成图表
2022年年末人口数量及构成图表 2022年居民消费价格比上年涨跌幅度图表
2019-2020年全国居民消费价格涨跌幅图表 2023年居民消费价格分类别同比涨跌幅图表
2023年居民消费价格分类别环比涨跌幅图表 2023年居民消费价格主要数据图表
男装行业生产经营所涉及的要法律法规图表 中国男装行业的零售总额图表
主要男装品类品牌市场占有率图表 中国男装消费者选择影响因素图表 不同年龄层男性对服装的偏好图表
消费者对不同品质商品的需求曲线图表 全国重点大型零售企业男西装销售品牌图表
中国男西装市场占有率TOP10图表 中国男衬衫市场占有率TOP10图表 男衬衫消费者年龄构成图表
男衬衫消费者文化构成图表 男衬衫消费者职业构成图表 男衬衫消费者个人收入构成图表
男衬衫购买场所分布图表 不同年龄的消费者男衬衫购买场所分布图表
不同月收入的消费者男衬衫购买场所分布图表 不同职业的消费者男衬衫购买场所分布图表
男衬衫风格受欢迎程度图表 不同年龄段消费者对男衬衫各种风格的喜欢情况图表
不职业消费者对男衬衫各种风格的喜欢情况图表 不同月收入消费者对男衬衫各种风格的喜欢情况图表
消费者男衬衫购买原因图表 不同年龄消费者购买男衬衫主要原因的分布情况图表
不同收入消费者购买男衬衫主要原因的分布图表 男衬衫消费者不同职业购买主要原因的分布图表
消费者购买男衬衫的重点考虑因素图表 不同年龄消费者购买男衬衫各因素的重视情况图表
不同收入消费者购买男衬衫各因素的重视情况图表 不同职业消费者购买男衬衫各因素的重视情况图表
消费者男衬衫价位的接受情况图表 不同年龄消费者购买男衬衫价位的接受情况图表
不同收入消费者购买男衬衫价位的接受情况图表 不同职业消费者购买男衬衫价位的接受情况图表
消费者各男衬衫品牌购买度情况图表 不同年龄消费者购买多的男衬衫品牌分布情况图表
不同月收入消费者购买多的男衬衫品牌分布情况图表 不同职业消费者购买多的男衬衫品牌分布情况图表
总的品牌效应对购买男衬衫的影响情况图表 不同年龄消费者受品牌效应影响购买男衬衫的情况图表
不同收入消费者受品牌效应影响购买男衬衫的情况图表
不同职业消费者受品牌效应影响购买男衬衫的情况图表 消费者总的月购买男衬衫频率情况图表
不同年龄消费者购买男衬衫频率情况图表 不同收入消费者购买男衬衫频率情况图表
不同职业消费者购买男衬衫频率情况图表 消费者总的月购买男衬衫的资金情况图表
不同年龄消费者月购买男衬衫资金图表 不同收入消费者月购买男衬衫资金图表
不同职业消费者月购买男衬衫资金图表 不同年龄消费者了解男衬衫的信息渠道情况图表
不同收入消费者了解男衬衫的信息渠道情况图表 不同职业消费者了解男衬衫的信息渠道情况图表
男衬衫消费者总的接触广告形式的情况图表 不同年龄男衬衫消费者接触广告形式的情况图表
不同收入男衬衫消费者接触广告形式的情况图表 不同职业男衬衫消费者关注广告形式的情况图表
男衬衫消费者喜欢代言人的情况图表 不同年龄男衬衫消费者喜欢的代言人的情况图表
不同收入男衬衫消费者喜欢的代言人的情况图表 不同职业消费者喜欢的男衬衫代言人的情况图表

男衬衫消费者喜欢的促销推广方式图表 不同年龄男衬衫消费者喜欢的促销推广方式情况图表

不同收入男衬衫消费者喜欢的促销推广方式情况图表 不同职业男衬衫消费者喜欢的促销推广方式情况