

2015-2020年中国商务休闲 男装行业市场供需预测及投资规划建议研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国商务休闲男装行业市场供需预测及投资规划建议研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qtzzh1506/K24775ZHPQ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2026-04-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

由于休闲潮流渗透到正装领域、社会商务活动增多、知识精英群体逐渐成为社会主流等因素影响，商务休闲类男装市场前景广阔。这一类既能适应商务场合又能在日常生活中穿着的服装，正越来越多地占据了男士的衣橱。据国际货币基金组织公布的数据显示，2008年我国人均GDP为3,315美元，与美国20世纪60年代后期水平相当。依照美国服装消费的历史经验，人均GDP步入3,000美元以上，服装消费将步入高速增长周期，并在长达三十年的时间中保持着GDP增速的2-3倍水平。国家统计局数据显示，我国限额以上服装零售商品额在2008-2012年期间年复合增长率达21.70%，增长较快。受国家宏观经济下行影响，2013年较2012年增长1.11%，增速放缓。

2008-2013年，我国人均GDP及限额以上服装零售额情况如下：

长期以来，一线城市一直是国内外各大品牌服装企业竞争的首选市场。随着中国经济的持续增长，二三线城市日益将成为中国中等收入消费者聚集地，据《经济学家》杂志预测，到2020年，中国66%的中等收入消费者将来自数量众多的中小城市。因此，在宏观经济增长放缓、传统市场逐渐饱和、品牌竞争日益激烈的背景下，消费者变得更加成熟、精明，经济发展良好、消费能力有着明显提高的二三线城市被各品牌服装企业普遍看好，营销渠道向二三线城市甚至四线城市下沉成为近年来绝大多数服装企业不约而同的选择。

国际男士正装消费从20世纪50-60年代的发展期到90年代休闲化兴起的成熟期，主要原因是中产阶级成为社会消费主流，居民生活重心从工作转向工作与家庭、健康并重。“十八大”报告提出：“2020年实现国内生产总值和城乡居民人均收入比2010年翻一番。”如果我国能实现这个目标，那么到2020年将有7亿人步入中产阶级行列，我国中产阶级人口的壮大，意味着商务休闲男装市场广阔的增长空间。

博思数据发布的《2015-2020年中国商务休闲男装行业市场供需预测及投资规划建议研究报告》共十二章。首先介绍了中国商务休闲男装行业市场发展环境、中国商务休闲男装整体运行态势等，接着分析了中国商务休闲男装行业市场运行的现状，然后介绍了中国商务休闲男装市场竞争格局。随后，报告对中国商务休闲男装做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国商务休闲男装行业发展趋势与投资预测。您若想对商务休闲男装产业有个系统的了解或者想投资商务休闲男装行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场监测数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据

主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 商务休闲男装行业报告研究标准

第一节 商务休闲男装行业研究背景

第二节 商务休闲男装行业研究方法及依据

第三节 商务休闲男装行业研究基本前景概况

第二章 商务休闲男装行业发展综述

第一节 商务休闲男装定义

第二节 商务休闲男装行业特征分析

一、商务休闲男装作用分析

二、商务休闲男装行业在国民经济中的地位

三、商务休闲男装行业周期性分析

四、影响商务休闲男装行业需求的关键因素分析

五、商务休闲男装行业主要竞争因素分析

第三节 2014-2015年中国商务休闲男装行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业所处的发展周期阶段分析

七、竞争激烈程度指标

八、行业成熟度分析

第四节 商务休闲男装行业产业链分析

一、上游行业发展现状

二、上游行业投资前景调研预测分析

三、下游行业发展现状

四、下游行业投资前景调研预测分析

五、上下游行业之间关联性分析

第三章 2014-2015年世界商务休闲男装行业市场运行形势分析

第一节 2014-2015年世界商务休闲男装行业运行环境分析

一、北美地区经济发展形势分析

二、欧洲地区经济发展形势分析

三、亚洲地区经济发展形势分析

四、全球经济总体发展形势分析

五、全球经济政策对商务休闲男装行业的发展影响分析

第二节 2014-2015年全球商务休闲男装行业发展概况分析

第三节 2014-2015年世界商务休闲男装行业发展走势分析

一、全球商务休闲男装行业市场分布情况分析

二、全球商务休闲男装行业发展新机遇分析

第四节 全球商务休闲男装行业重点国家和地区分析

一、北美地区

二、亚洲地区

三、其他地区

第四章 2014-2015年中国商务休闲男装产业发展环境分析

第一节 2014-2015年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、货币供应量

十、中国外汇储备

十一、存贷款基准利率调整情况

十二、存款准备金率调整情况

十三、社会消费品零售总额

十四、对外贸易&进出口

十五、城镇人员从业状况

第二节 2014-2015年商务休闲男装产业政策环境变化及影响分析

一、行业主要监管体制分析

二、行业相关政策法规分析

第三节 2014-2015年商务休闲男装产业社会环境变化及影响分析

第四节 2014-2015年商务休闲男装产业技术环境变化及影响分析

第五章 2014-2015年中国商务休闲男装行业发展总体形势分析

第一节 2014-2015年中国商务休闲男装行业发展现状分析

一、 我国商务休闲男装行业发展阶段

二、我国商务休闲男装行业发展现状、特点及趋势分析（或为技术方面）

第二节 2014-2015年商务休闲男装行业最新动态分析

一、 行业相关企业最新动态分析

二、行业发展热点聚焦

三、领先企业排行分析（前十企业）

第三节 商务休闲男装行业SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

五、整体分析

第四节 商务休闲男装行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

六、行业竞争特点总结分析

第五节 商务休闲男装行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六节 商务休闲男装行业竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第七节 2015-2020年中国商务休闲男装行业市场竞争策略展望分析

- 一、2015-2020年中国商务休闲男装行业市场竞争趋势分析
- 二、2015-2020年中国商务休闲男装行业市场竞争格局展望分析
- 三、2015-2020年中国商务休闲男装行业市场竞争策略分析
- 四、2015-2020年中国商务休闲男装行业典型企业产品竞争策略分析

第六章 2014-2015年中国商务休闲男装产业运行情况分析

第一节 2007-2015年中国商务休闲男装行业发展状况分析

- 一、2007-2015年商务休闲男装行业市场供给分析
- 二、2007-2015年商务休闲男装行业市场需求分析
- 三、2007-2015年商务休闲男装行业市场规模分析

第二节 2014-2015年中国商务休闲男装行业集中度分析

- 一、行业市场区域分布情况
- 二、行业市场集中度情况
- 三、行业企业集中度分析

第七章 2013-2015年中国商务休闲男装制造所属行业监测数据分析

第一节 2013-2015年中国商务休闲男装制造行业数据监测回顾

- 一、竞争企业数量
- 二、亏损面情况
- 三、市场销售额增长
- 四、利润总额增长
- 五、投资资产增长性
- 六、工业总产值变动趋势

第二节 2013-2015年中国商务休闲男装制造行业投资价值测算

- 一、销售利润率
- 二、销售毛利率
- 三、资产利润率
- 四、未来几年商务休闲男装制造盈利能力预测

第三节 2013-2015年中国商务休闲男装制造行业成本费用分析

- 一、成本费用结构变动趋势
- 二、销售成本分析
- 三、销售费用分析

四、管理费用分析

五、财务费用分析

第四节 2013-2015年商务休闲男装制造出口货值数据

一、出口交货值增长

二、出口交货值占工业产值的比重

第八章 2014-2015年中国商务休闲男装行业地区需求现状及经销渠道分析

第一节 商务休闲男装行业的总体区域需求现状分析

第二节 商务休闲男装行业地区细分需求分析

1、商务休闲男装行业华北地区需求分析

2、商务休闲男装行业华东地区需求分析

3、商务休闲男装行业东北地区需求分析

4、商务休闲男装行业中南地区需求分析

5、商务休闲男装行业西北地区需求分析

6、商务休闲男装行业西南地区需求分析

第三节 2014-2015年国内商务休闲男装行业的需求地域分布结构分析

第四节 2014-2015年国内商务休闲男装行业的经销模式分析

第五节 2014-2015年中国商务休闲男装行业渠道格局分析

第九章 2014-2015年商务休闲男装行业重点生产企业分析

第一节 企业一分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第二节 企业二分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第三节 企业三分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第四节 企业四分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第五节 企业五分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第六节 企业六分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第七节 企业六分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第八节 企业六分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

·

第十章 2014-2015年中国商务休闲男装行业新增投资现状分析

第一节 2014年商务休闲男装行业投资情况分析

- 一、2014年商务休闲男装行业总体投资及结构
- 二、2014年商务休闲男装行业新增投资规模情况
- 三、2014年商务休闲男装行业投资增速情况
- 五、2014年商务休闲男装行业分地区投资分析

第二节 2015年商务休闲男装行业投资情况分析

- 一、2015年商务休闲男装行业总体投资及结构
- 二、2015年商务休闲男装行业投资规模情况
- 三、2015年商务休闲男装行业投资增速情况
- 五、2015年商务休闲男装行业分地区投资分析

第三节 2015-2020年商务休闲男装行业新增投资情况判断分析

第十一章 2015-2020年商务休闲男装行业发展预测分析

第一节 2015-2020年中国商务休闲男装行业未来发展预测分析

- 一、2015-2020年中国商务休闲男装行业投资环境分析
- 二、2015-2020年中国商务休闲男装行业投资价值分析
- 三、2015-2020年中国商务休闲男装行业与产业链相关的投资机会分析

第二节 2015-2020年中国商务休闲男装行业供需预测

- 一、2015-2020年中国商务休闲男装行业供给预测
- 二、2015-2020年中国商务休闲男装行业需求预测
- 三、2015-2020年中国商务休闲男装行业发展规模预测
- 四、2015-2020年中国商务休闲男装行业毛利率走势分析预测

第三节 2015-2020年中国商务休闲男装行业政策投资前景分析

- 一、政策和体制风险分析
- 二、市场竞争风险分析
- 三、企业经营管理风险分析
- 四、市场运营机制风险分析
- 五、供需波动风险分析
- 六、其他相关风险分析

第十二章 2015-2020年中国商务休闲男装行业投资策略及投资建议

第一节 商务休闲男装行业发展战略研究

一、产业战略规划

二、业务组合战略

三、营销战略规划

四、区域战略规划

第二节 商务休闲男装企业经营管理策略

一、企业经营策略综述

二、企业产品经营策略

三、企业渠道经营策略

第三节 商务休闲男装行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第四节 商务休闲男装行业项目投资建议概述

一、商务休闲男装行业投资区域建议

二、商务休闲男装行业定位建议

三、商务休闲男装行业目标群体建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：商务休闲男装行业产业链

图表：2011-2015年年我国商务休闲男装行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国商务休闲男装行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国商务休闲男装行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年年我国商务休闲男装行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年年我国商务休闲男装行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年年我国商务休闲男装行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年年我国商务休闲男装行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年年我国商务休闲男装行业费用使用统计图

图表：2011-2015年年我国商务休闲男装行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年年我国商务休闲男装行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业……

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年商务休闲男装行业市场供给分析

图表：2011-2015年商务休闲男装行业市场需求分析

图表：2011-2015年商务休闲男装行业市场规模分析

图表：商务休闲男装所属行业生命周期判断分析

图表：商务休闲男装所属行业区域市场分布情况分析

图表：2015-2020年中国商务休闲男装行业市场规模分析预测

图表：2015-2020年中国商务休闲男装行业供给分析预测

图表：2015-2020年中国商务休闲男装行业需求分析预测

图表：2015-2020年中国商务休闲男装行业毛利率分析预测

图表：……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1506/K24775ZHPQ.html>