

2015-2020年中国男装市场 监测及投资前景研究报告

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年中国男装市场监测及投资前景研究报告》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/fuzhuang1411/831984Y9AE.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】2014-11-21

【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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国男装市场监测及投资前景研究报告》共十八章。介绍了男装行业相关概述、中国男装产业运行环境、分析了中国男装行业的现状、中国男装行业竞争格局、对中国男装行业做了重点企业经营状况分析及中国男装产业发展前景与投资预测。您若想对男装产业有个系统的了解或者想投资男装行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

企业成功的关键就在于，能否跳出红海，开辟蓝海。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求！随着男装行业快速发展，大型企业间渠道扩张与资本运作日趋频繁，国内外优秀的男装企业，如七匹狼、九牧王、柒牌、雅戈尔、劲霸等，愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对男装市场发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内外优秀的男装企业迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚！

中国男装产业已经形成了包括以江浙沪地区的上海、宁波、温州为代表的“江浙派”男装产业集群，以闽东南的晋江、石狮为代表的“闽派”男装产业集群，以及借助港、澳等海外优势而独立成长的粤南珠三角男装产业集群。近年国外的高档男装品牌纷纷进入到中国男装市场，极大地加剧了国内男装市场竞争的激烈程度。中国已成为世界上最大的男装消费市场之一，2012年我国男装市场零售额达到4570亿元，增长率达到9%。总体来看，未来5年我国男装消费市场仍将保持快速发展，2016年男装市场零售规模有望超过6000亿元。

随着经济水平的提高，男性越来越注重其外表，得体的外表已经成为男性身份和品位的体现。男性比以往更加注重服装的设计、质量和档次，在服装上的消费逐年增加，进一步的促进了男装市场的发展。根据场合变化，男士的服装从单一的商务正装转变为适合不同场合所需的各种服装，男士消费也从原来的太太或他人代购的被动式消费转化为主动消费。面对日益增长的男装消费需求，企业如何抓住这个机会将是男装行业下一步发展的关键。

报告目录：

第一章 男装经营模式与市场特征

第一节 男装行业经营模式分析

一、男装生产模式分析

二、男装采购模式分析

三、男装营销模式分析

第二节 男装行业市场特征分析

一、男装的周期性分析

二、男装的季节性分析

三、男装的地域性分析

第二章 中国男装产业链分析

第一节 男装行业产业链概述

一、男装业产业链发展分析

二、与上游行业关联及影响

三、与下游行业关联及影响

第二节 男装上游原料市场分析

一、服装面料业发展分析

（一）服装面料行业概况

（二）服装面料市场情况

（三）服装面料需求分析

二、服装辅料业发展分析

（一）服装辅料需求分析

（二）服装辅料市场竞争

（三）服装辅料市场趋势

三、缝纫机行业发展分析

第三节 男装下游消费者分析

一、中国男性人口比重分析

二、城乡居民衣着消费支出

三、男装消费群体占比分析

四、各阶段对男装需求表现

第三章 中国男装行业发展环境分析

第一节 2014年宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、全社会固定资产投资分析

三、社会消费品零售总额分析

四、城乡居民收入与消费分析

五、对外贸易的发展形势分析

第二节 男装行业政策环境分析

一、男装行业监管体制分析

二、男装行业相关法律法规

三、服装零售相关法规政策

四、服装行业品牌建设政策

五、服装行业相关标准情况

第三节 男装行业社会环境分析

第四节 男装行业技术环境分析

一、服装行业技术水平及特点

二、纤维制造业技术发展分析

三、纺织染整业技术发展分析

四、服装制造业技术发展分析

五、IT网络技术发展影响分析

第四章 中国服装行业发展分析

第一节 服装业需求与消费分析

一、中国服饰产量统计分析

二、中国服装类商品零售额

三、服装网络市场交易规模

四、服饰消费者的偏好调查

第二节 服装行业市场发展分析

一、国际服装行业发展现状

二、服装行业发展现状概况

三、服装行业市场规模分析

四、服装行业发展趋势分析

第三节 2014年服装行业经营效益分析

一、服装行业利润总额情况

二、服装行业盈利能力分析

三、服装行业运营效率分析

四、服装行业投资发展分析

第四节 服装行业竞争市场分析

- 一、服装行业竞争现状分析
- 二、服装业市场集中度分析
- 三、国内外企业竞争力比较
- 四、服装行业转型路径分析

第五章 2014年中国男装市场分析

第一节 男装行业发展现状分析

- 一、男装发展历程回顾
- 二、男装市场现状分析
- 三、男装产业升级分析
- 四、男装市场特点分析

第二节 2014年男装市场规模分析

- 一、男装市场销量增长分析
- 二、男装市场零售规模分析
- 三、男装产品销量占比分析
- 四、男装产品零售结构分析

第三节 2014年男装费结构分析

- 一、男装市场消费结构分析
- 二、低端男装市场规模分析
- 三、中端男装市场规模分析
- 四、高端男装市场规模分析

第四节 男士休闲装市场分析

- 一、男士休闲装市场发展现状
- 二、男士休闲装市场规模分析
- 三、男士休闲装品牌竞争分析
- 四、男士休闲装发展潜力巨大

第五节 商务休闲装市场分析

- 一、商务休闲装市场发展概况
- 二、商务休闲装市场规模分析
- 三、商务休闲装品牌现状分析
- 四、中高端商务休闲发展分析

第六节 男士正装市场分析

一、男士正装市场发展概况

二、男士正装市场规模分析

三、男士正装品牌竞争分析

四、正装消费经营特征分析

第七节 男装行业利润水平分析

一、服装业价值链占比分析

二、中国男装业价值链研究

三、男装盈利模式分类对比

四、男装行业利润水平分析

第六章 男装重点产品市场规模及品牌格局分析

第一节 男士西装

一、男士西装市场发展现状

二、男士西装市场销量分析

三、男士西装零售规模分析

四、男士西装市场价格分析

五、男士西装品牌市场份额

（一）雅戈尔

（二）金利来

（三）杉杉

（四）罗蒙

（五）九牧王

（六）报喜鸟

（七）威可多

（八）皮尔卡丹

（九）胜龙

（十）花花公子

第二节 男士衬衫

一、男士衬衫市场现状分析

二、男士衬衫市场销量分析

三、男士衬衫零售规模分析

四、男士衬衫市场价格分析

五、男士衬衫品牌市场份额

(一) 雅戈尔

(二) 金利来

(三) 洛兹

(四) 海螺

(五) 皮尔卡丹

(六) 杉杉

(七) 开开

(八) 恒源祥

(九) 虎豹

(十) 红豆

第三节 男士T恤衫

一、男士T恤品种及分类

二、男士T恤市场现状分析

三、个性化定制T恤渐流行

四、商务休闲T恤销售看好

五、男士T恤品牌市场份额

(一) 金利来

(二) 梦特娇

(三) 花花公子

(四) 九牧王

(五) 雅戈尔

(六) 杰克琼斯

(七) 鄂尔多斯

(八) 皮尔卡丹

(九) 鳄鱼

(十) 七匹狼

第四节 男士茄克

一、男士茄克行业发展现状

二、男士茄克市场销量分析

三、男士茄克零售规模分析

四、男士茄克市场价格分析

五、男士茄克品牌市场份额

(一) 七匹狼

(二) 九牧王

(三) 金利来

(四) 劲霸

(五) 梦特娇

(六) 雅戈尔

(七) 利郎

(八) 杰克琼斯

(九) 皮尔卡丹

(十) 花花公子

第五节 男士风衣

一、男士风衣市场现状分析

二、男士风衣市场销量分析

三、男士风衣零售规模分析

四、男士风衣市场价格分析

五、男士风衣品牌市场份额

(一) 雅戈尔

(二) 金利来

(三) 利郎

(四) 梦特娇

(五) 罗蒙

(六) 皮尔卡丹

(七) 七匹狼

(八) 柒牌

(九) 金苹果

(十) 金盾

第六节 男裤

一、男裤装市场发展现状

二、男裤装市场销量分析

三、男裤装零售规模分析

四、男裤装市场价格分析

五、男裤装品牌市场份额

(一) 九牧王

(二) 虎都

(三) 迈雅

(四) 金利来

(五) 雅戈尔

(六) 百斯顿

(七) 浪肯

(八) 利丹王

(九) 步云

(十) 红豆

第七节 男牛仔服

一、男牛仔服市场发展现状

二、男牛仔服市场销量分析

三、男牛仔服零售规模分析

四、男牛仔服市场价格分析

五、男牛仔服品牌市场份额

(一) 波顿

(二) 旗牌王

(三) 威鹏

(四) Texwood

(五) 霸狮腾

(六) 增致

(七) 佐丹奴

(八) Jeep

(九) 第五街

(十) 班尼路

第七章 中国男装重点区域竞争力分析

第一节 中国男装集群化发展概述

一、中国男装产业集群基本情况

二、中国男装产业集群特征分析

三、产业集群化对企业促进作用

四、产业集群发展面临问题分析

第二节 浙派男装产业群发展分析

一、浙派男装行业市场发展分析

二、上海男装行业市场发展分析

三、宁波男装行业市场发展分析

四、温州男装行业市场发展分析

第三节 闽派男装产业群发展分析

一、闽派男装行业市场发展分析

二、晋江男装行业市场发展分析

三、石狮男装行业市场发展分析

四、闽派男装行业发展趋势分析

第四节 粤南珠产业集群发展分析

一、粤南珠男装业市场发展分析

二、广东男装行业发展潜力分析

三、广东男装行业发展路径分析

四、广东男装行业发展趋势分析

第八章 2013-2014年中国男装进出口分析

第一节 2013-2014年男式西服套装进口分析

一、男式西服套装进口数量情况

二、男式西服套装进口金额

三、男式西服套装进口来源

四、男式西服套装进口价格

第二节 2013-2014年男式西服套装出口分析

一、男式西服套装出口数量

二、男式西服套装出口金额

三、男式西服套装出口流向

四、男式西服套装出口价格

第三节 2013-2014年男式便服套装进口分析

一、男式便服套装进口数量

二、男式便服套装进口金额

三、男式便服套装进口来源

四、男式便服套装进口价格

第四节2013-2014年男式便服套装出口分析

一、男式便服套装出口数量

二、男式便服套装出口金额

三、男式便服套装出口流向

四、男式便服套装出口价格

第五节2013-2014年男式上衣进口分析

一、男式上衣进口数量情况

二、男式上衣进口金额分析

三、男式上衣进口来源分析

四、男式上衣进口价格分析

第六节2013-2014年男式上衣出口分析

一、男式上衣出口数量情况

二、男式上衣出口金额分析

三、男式上衣出口流向分析

四、男式上衣出口价格分析

第七节2013-2014年男衬衫进口分析

一、男衬衫进口数量情况

二、男衬衫进口金额分析

三、男衬衫进口来源分析

四、男衬衫进口价格分析

第八节2013-2014年男衬衫出口分析

一、男衬衫出口数量情况

二、男衬衫出口金额分析

三、男衬衫出口流向分析

四、男衬衫出口价格分析

第九节2013-2014年男裤进口分析

一、男裤进口数量情况

二、男裤进口金额分析

三、男裤进口来源分析

四、男裤进口价格分析

第十节 2013-2014 年男裤出口分析

一、男裤出口数量情况

二、男裤出口金额分析

三、男裤出口流向分析

四、男裤出口价格分析

第九章 中国男装市场竞争状况分析

第一节 中国男装业市场竞争概述

一、男装行业竞争现状分析

二、男装业市场集中度分析

三、男装区域竞争情况分析

四、男装业区域集中度分析

第二节 中国男装市场竞争格局分析

一、男装品牌竞争现状分析

二、男装品牌竞争格局分析

三、男装企业竞争现状分析

四、男装企业竞争格局分析

第三节 中国男装行业竞争力分析

一、男装成本竞争分析

二、男装价格竞争分析

三、男装渠道竞争分析

四、男装品牌竞争分析

第四节 中国男装市场竞争结构分析

一、行业现有企业间竞争

二、行业新的进入者威胁

三、替代产品或服务威胁

四、供应商讨价还价能力

五、用户讨价还价的能力

第五节 男装企业市场竞争策略分析

一、坚守核心主业

二、构建优质渠道

- 三、整合优质资源
- 四、提升经营能力
- 五、树立品牌形象
- 六、调整市场策略

第十章 中国男装消费者调研分析

第一节 调研对象基本情况

- 一、消费者基本情况
- 二、消费者年龄分布
- 三、消费者教育情况
- 四、消费者收入情况

第二节 男性消费者购物习惯分析

- 一、男性购物场所选择分析
- 二、男性消费者的购买习惯
- 三、男性消费者的购买频率

第三节 男性消费者置装偏好分析

- 一、男性着装风格偏好分析
- 二、男性各季置装单品偏好
- 三、男性置装材质偏好分析
- 四、男性置装色系偏好分析

第四节 男性消费者置装态度分析

- 一、男装消费者品牌购买偏好
- 二、男装消费者购买价格分析
- 三、男装消费者购买影响因素
- 四、男性置装遇到问题分析

第五节 消费者购买男装态度及因素

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌影响程度
- 三、购买方便影响
- 四、广告影响程度

第六节 男装消费者调研结论分析

- 一、男装的消费群体分析

- 二、男性置装的特征分析
- 三、男装个性化需求明显
- 四、男装设计呈现多样化

第十一章 中国重点城市男装消费潜力分析

第一节 北京市

- 一、北京市男装消费环境
- 二、北京市男装市场现状
- 三、北京市男装销售规模
- 四、北京市男装消费前景

第二节 上海市

- 一、上海市男装消费环境
- 二、上海市男装市场现状
- 三、上海市男装销售规模
- 四、上海市男装消费前景

第三节 广州市

- 一、广州市男装消费环境
- 二、广州市男装市场现状
- 三、广州市男装销售规模
- 四、广州市男装消费前景

第四节 深圳市

- 一、深圳市男装消费环境
- 二、深圳市男装市场现状
- 三、深圳市男装销售规模
- 四、深圳市男装消费前景

第五节 天津市

- 一、天津市男装消费环境
- 二、天津市男装市场现状
- 三、天津市男装销售规模
- 四、天津市男装消费前景

第六节 杭州市

- 一、杭州市男装消费环境

- 二、杭州市男装市场现状
- 三、杭州市男装销售规模
- 四、杭州市男装消费前景

第十二章 中国男装企业营销渠道分析

第一节 男装行业销售渠道分析

- 一、男装销售渠道发展分析
- 二、男装销售渠道格局分析
- 三、男装销售渠道盈利水平
- 四、男装销售渠道趋势分析

第二节 男装销售渠道——百货商场

- 一、百货零售经营模式分析
- 二、百货零售企业经营情况
- 三、男装百货商场销售特征
- 四、男装百货商场销售份额
- 五、男装百货商场销售趋势

第三节 男装销售渠道——专卖店

- 一、男装专卖店经营特点
- 二、男装专卖店经营模式
- 三、男装专卖店销售特征
- 四、男装专卖店销售份额
- 五、男装专卖店发展趋势

第四节 男装销售渠道——电商渠道

- 一、男装网购市场现状分析
 - (一) 男装品牌开拓网购市场
 - (二) 男装网购市场特征分析
 - (三) 男装品牌线上主要模式
 - (四) 男装电商企业地域分布
 - (五) 男装网购消费的季节性
- 二、男装网购消费规模前景
 - (一) 男装网购消费品类分析
 - (二) 男装网购市场规模分析

(三) 男装网购消费价格分析

(四) 男装网购消费趋势分析

第五节 男装销售渠道趋势分析

一、百货商场不再一支独秀

二、连锁专业卖场浮出水面

三、时尚体验4S店将成潮流

四、网络营销增长将会更快

第十三章 男装品牌电商案例及网购平台分析

第一节 男装品牌电商战略案例分析

一、七匹狼

(一) 七匹狼电商业务现状

(二) 七匹狼网络分销体系

(三) 七匹狼电商销售规模

(四) 七匹狼电商战略规划

二、九牧王

(一) 九牧王男装网购定位

(二) 九牧王电商品牌分析

(三) 九牧王电商战略分析

三、报喜鸟

(一) 电商平台发展模式

(二) 电商平台发展特色

(三) 品牌经营情况分析

(四) 电商网站发展战略

四、GXG

(一) GXG打造时尚网络王国

(二) GXG网购消费者的分布

(三) GXG网购销售产品情况

(四) GXG电商物流体系建设

五、Jack Jones

(一) 品牌线上经营概述

(二) 品牌线上运营策略

(三) 品牌运营经验启示

六、美邦服饰

(一) 电商平台发展模式

(二) 电商平台竞争优势

(三) 品牌经营情况分析

(四) 电商网站发展战略

七、真维斯

(一) 品牌线上经营概述

(二) 品牌线上运营策略

(三) 品牌运营经验启示

八、卡宾

(一) 品牌线上经营概述

(二) 品牌线上运营策略

(三) 品牌运营经验启示

第二节 男装网购平台竞争力分析

一、天猫商城

(一) 服装网购发展概述

(二) 服装网购交易规模

(三) 男装网购优势分析

(四) 男装品牌进驻政策

二、淘宝网

(一) 服装网购发展概述

(二) 服装网购交易规模

(三) 网站运营成功经验

(四) 男装淘宝开店条件

三、凡客诚品

(一) 网站市场定位分析

(二) 服装网购规模分析

(三) 竞争优势劣势分析

(四) 凡客诚品营销策略

四、京东商城

(一) 服装网购发展概述

- (二) 服装网购交易规模
- (三) 网站运营成功经验
- (四) 男装品牌进驻政策

五、玛萨玛索

- (一) 网站市场定位分析
- (二) 服装网购规模分析
- (三) 网站竞争优势分析
- (四) 网站战略规划分析

六、韩都衣舍

- (一) 品牌线上经营概述
- (二) 品牌线上运营策略
- (三) 品牌运营经验启示

七、衣品天成

- (一) 品牌线上经营概述
- (二) 品牌线上运营策略
- (三) 品牌运营经验启示

八、零号男

- (一) 品牌线上经营概述
- (二) 品牌线上运营策略
- (三) 品牌运营经验启示

第十四章 中国男装企业市场营销策略分析

第一节 中国男装品牌运营现状分析

- 一、中国男装品牌运营模式
- 二、男装品牌与渠道的关系
- 三、男装品牌塑造影响因素
- 四、中国男装品牌营销特征

第二节 中国男装网络营销模式研究

- 一、国内外男装网络营销现状
- 二、国内男装业网络营销模式
 - (一) PPG的网络营销模式
 - (二) VANCL网络营销模式

(三) BONO网络营销模式

三、国内男装网络营销策略分析

(一) 着重建设企业品牌形象

(二) 采用差异化的竞争策略

(三) 协调企业资金运用情况

(四) 注重建立客户消费体验

第三节 品牌男装橱窗陈列研究分析

一、橱窗陈列对品牌的重要性

二、国内外男装橱窗陈列对比

三、品牌男装橱窗陈列的要点

(一) 消费者行走路线相关性

(二) 卖场环境与橱窗相关性

(三) 展示主题及风格相关性

四、品牌男装橱窗陈列展示的方法

第四节 中国男装行业营销趋势分析

一、网络对男装营销影响分析

二、供应链管理将获企业重视

三、广告促销投放将面临变革

四、单品牌向多品牌经营转变

第十五章 中国男装重点品牌企业竞争力分析

第一节 国际重点品牌分析

一、Armani

二、Polo Ralph Lauren

三、Hugo Boss

四、Zegna

第二节 国内重点品牌分析

一、劲霸

(一) 男装主要产品分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 品牌市场定位分析

(四) 品牌营销网络分布

(五) 品牌发展战略规划

二、七匹狼

(一) 男装主要产品分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 品牌市场定位分析

(四) 品牌营销网络分布

(五) 品牌发展战略规划

三、柒牌

(一) 男装主要产品分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 品牌市场定位分析

(四) 品牌营销网络分布

(五) 品牌发展战略规划

四、利郎

(一) 男装主要产品分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 品牌市场定位分析

(四) 品牌营销网络分布

(五) 品牌发展战略规划

五、才子

(一) 男装主要产品分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 品牌市场定位分析

(四) 品牌营销网络分布

(五) 品牌发展战略规划

六、九牧王

(一) 男装主要产品分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 品牌市场定位分析

(四) 品牌营销网络分布

(五) 品牌市场战略规划

七、雅戈尔

- (一) 男装优势产品分析
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 品牌市场定位分析
- (四) 品牌营销网络分布
- (五) 品牌发展战略规划

八、太子龙

- (一) 男装主要产品分析
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 品牌市场定位分析
- (四) 品牌营销网络分布
- (五) 品牌发展战略规划

九、虎都

- (一) 男装主要产品分析
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 品牌市场定位分析
- (四) 品牌营销网络分布
- (五) 品牌发展战略规划

十、海澜之家

- (一) 男装主要产品分析
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 品牌市场定位分析
- (四) 品牌营销网络分布
- (五) 品牌发展战略规划

十一、报喜鸟

- (一) 男装优势产品分析
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 品牌市场定位分析
- (四) 品牌营销网络分布
- (五) 品牌发展战略规划

十二、卡奴迪路

- (一) 男装优势产品分析
- (二) 企业经营状况分析

(三) 品牌市场定位分析

(四) 品牌营销网络分布

(五) 品牌发展战略规划

十三、TRANDS (创世)

(一) 男装优势产品分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 品牌市场定位分析

(四) 品牌营销网络分布

(五) 品牌发展战略规划

十四、希努尔

(一) 男装主要产品分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 品牌市场定位分析

(四) 品牌营销网络分布

(五) 品牌发展战略规划

十五、步森

(一) 男装主要产品分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 品牌市场定位分析

(四) 品牌营销网络分布

(五) 品牌发展战略规划

十六、杉杉

(一) 男装主要产品分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 品牌市场定位分析

(四) 品牌营销网络分布

(五) 品牌发展战略规划

十七、罗蒙

(一) 男装主要产品分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 品牌市场定位分析

(四) 品牌营销网络分布

（五）品牌发展战略规划

第十六章 博思数据关于中国男装行业发展前景及预测

第一节 2015-2020年服装行业市场前景分析

一、服装行业市场前景分析

二、服装国际贸易形势预测

三、服装新兴发展趋势分析

第二节 2015-2020年男装行业市场趋势分析

一、男装休闲化趋势日益明显

二、男装行业以品牌竞争为主

三、男装消费个性化特征明显

四、供应链管理成竞争核心因素

第三节 2015-2020年男装市场发展影响因素

一、男装行业发展有利因素分析

（一）服装消费市场空间巨大

（二）产业政策支持行业发展

（三）消费观念转变带动品牌发展

二、男装行业发展不利因素分析

（一）品牌经验不足制约行业发展

（二）宏观经济不稳影响贸易市场

（三）国外品牌入侵市场竞争加剧

第四节 2015-2020年男装行业市场前景预测

一、男装零售规模预测分析

二、男装市场销量预测分析

第十七章 2015-2020年中国男装行业投资与风险分析

第一节 2015-2020年男装行业投资壁垒分析

一、品牌壁垒分析

二、营销壁垒分析

三、设计研发壁垒

四、设备和技术壁垒

五、管理和人才壁垒

第二节 2015-2020年男装行业投资机会分析

- 一、鼓励内需推动服装业转型升级
- 二、农村市场消费潜力尚待开发
- 三、经营模式转变提升产业价值
- 四、品牌竞争逐渐代替价格竞争

第三节 2015-2020年男装行业投资风险分析

- 一、品牌风险分析
- 二、市场竞争风险
- 三、人力资源风险
- 四、贸易风险分析
- 五、原材料波动风险
- 六、市场季节性风险

第四节 2015-2020年男装行业投资策略及建议

第十八章 中国男装企业IPO上市策略指导

第一节 男装企业境内IPO上市目的及条件

- 一、男装企业境内上市主要目的
- 二、男装企业上市需满足的条件
- 三、企业改制上市中的关键问题

第二节 男装企业IPO上市的相关准备

- 一、企业该不该上市
- 二、企业应何时上市
- 三、企业应何地上市
- 四、企业上市前准备

第三节 男装企业IPO上市的规划实施

- 一、上市费用规划和团队组建
- 二、尽职调查及问题解决方案
- 三、改制重组需关注重点问题
- 四、企业上市辅导及注意事项
- 五、上市申报材料制作及要求
- 六、网上路演推介及询价发行

第四节 企业IPO上市审核工作流程

- 一、企业IPO上市基本审核流程
- 二、企业IPO上市具体审核环节
- 三、与发行审核流程相关的事项

部分图表节选

图表 中国男装销量增长趋势图

图表 中国男装零售额增长趋势图

图表 中国男士西装销量增长趋势图

图表 中国男士西装零售额增长趋势图

图表 中国男士衬衫销量增长趋势图

图表 中国男士衬衫零售额增长趋势图

图表 中国男士夹克销量增长趋势图

图表 中国男士夹克零售额增长趋势图

图表 中国男裤销量增长趋势图

图表 中国男裤零售额增长趋势图

图表 我国男式服装零售渠道销售额占比

图表 男性网购服装搜索关键词占比

图表 传统男装品牌线上经营情况

图表 淘宝男装销售额前十大子品类

图表 淘宝32家男装客单价区间分布

图表 杰克琼斯淘宝销售额统计

图表 邦购网用户访问情况统计

图表 天猫商城主要店铺类型一览

图表 天猫商城用户访问情况统计

图表 2013-2014年天猫商城市场交易规模统计

图表 天猫商城入驻流程

图表 淘宝网B2C平台服装网购市场交易规模统计

图表 凡客诚品用户访问情况统计

图表 凡客诚品服装网购市场交易规模统计

图表 凡客诚品竞争力SWOT分析

图表 京东商城用户访问情况统计

图表 京东商城服装网购市场交易规模统计

图表 京东商城商家入驻需提交的资料一览

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调研数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/fuzhuang1411/831984Y9AE.html>