

# 2024-2030年中国男装行业发展现状调查及市场分析预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国男装行业发展现状调查及市场分析预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202110/978083.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

智研咨询专家团队倾力打造的《2024-2030年中国男装行业发展现状调查及市场分析预测报告》（以下简称《报告》）正式揭晓，自2019年出版以来，已连续畅销6年，成功成为企业了解和开拓市场，制定战略方向的得力参考资料。报告从国家经济与产业发展的宏观战略视角出发，深入剖析了男装行业未来的市场动向，精准挖掘了行业的发展潜力，并对男装行业的未来前景进行研判。

本报告分为发展现状及特征、市场容量、市场竞争分析、重点企业、销售渠道与营销策略、发展趋势、投资机会及发展战略等主要篇章，共计12章。涉及男装市场规模、产量及销量等核心数据。

报告中所有数据，均来自官方机构、行业协会等公开资料以及深入调研获取所得，并且数据经过详细核实和多方求证，以期为行业提供精准、可靠和有效价值信息！

男装，指男性穿于身体表面起保护和装饰作用的服饰制品，根据季节以及消费者需求的变化衍生出不同的款式和作用。按照着装区域可将男装粗略分类为上装、下装和配饰，上装包括外套、毛衣、衬衫、T恤、polo衫、背心等；下装包括裤子和鞋；配饰包括帽子、领带、腰带、手套、袜子、围巾等。2023年，男装行业零售规模为6287.9亿元，较2022年有所上涨。

男装行业从产业链结构来看，男装的上游主要包括植物纤维、动物纤维、化学纤维等原材料供应商以及织机、缝纫机、裁剪机等生产设备厂商；中游主要为男装生产企业；下游领域主要包括直营店、加盟店、专卖店、电子商务平台等渠道；终端为消费者。销售渠道的广泛与否直接关系到男装产品的市场覆盖率。原材料成本是男装生产成本中的重要组成部分。高质量的原材料往往价格更高，这直接影响到最终产品的定价和企业的利润空间。多元化的销售渠道可以帮助企业触及更广泛的消费者群体，增加产品的可见度和销售量。

我国男装行业生产商主要有雅戈尔、森马、报喜鸟、步森、美特斯邦威、红豆、七匹狼、九牧王以及希努尔等企业。我国男装产业链企业主要分布在东部沿海地区，尤其是山东、浙江、江苏、上海、福建等地。这些地区拥有较为完善的产业链和配套设施，为男装生产提供了有力支持。我国男装行业已经形成了多个产业集群，如以江浙沪地区的上海、宁波、温州为代表的“浙派”男装产业集群。

作为一个见证了中国男装十余年发展的专业机构，智研咨询希望能够与所有致力于与男装行业企业携手共进，提供更多有效信息、专业咨询与个性化定制的行业解决方案，为行业的发展尽绵薄之力。

## 报告目录：

### 第一章 中国男装行业发展现状及特征

#### 第一节 中国男装行业进入大分化时代

#### 第二节 男装行业渐入调整周期

- 一、景气下行，子行业分化
- 二、以价为先的增长方式面临转换
- 三、行业增速向社零总额回归
- 四、主流男装行业：进入周期主导阶段

### 第二章 2023年中国男装行业运行分析

#### 第一节 2023年中国男装行业运行分析

- 一、男装行业的形势特点
- 二、男装产业集群效应显著
- 三、男装市场前景良好
- 四、男装产业的发展趋势

#### 第二节 2023年中国男装行业运行分析

- 一、2023年国内高级男装利润普降
- 二、2023年男装市场粗放扩张时代终结
- 三、2023年男装市场机遇与挑战并存

#### 第三节 2023年中国男装市场存在的问题及机遇

- 一、国际经济放缓服装出口受阻
- 二、店铺租金高企制约市场拓展
- 三、服装巨头雅戈尔回归主业
- 四、转变理念男装寻求突破

### 第三章 男装各类服装市场容量

#### 第一节 中国男装各类服装市场容量

- 一、产品市场结构
- 二、品牌市场结构
- 三、区域市场结构
- 四、渠道市场结构

#### 第二节 中国职业装（西装、衬衫）市场分析

- 一、需求分析
- 二、供给分析

### 三、市场特征分析

### 四、竞争格局分析

#### 第三节 中国正装（零售市场-西装、衬衫）市场供需监测分析

##### 一、需求分析

##### 二、供给分析

##### 三、市场特征分析

#### 第四节 中国商务休闲装、休闲装市场分析

##### 一、需求分析

##### 二、供给分析

##### 三、市场特征分析

##### 三、竞争格局分析

### 第四章 我国时尚商务男装市场分析

#### 第一节 时尚商务男装

##### 一、概述

##### 二、市场分析

##### 三、大众时尚男装趋势

#### 第二节 商务休闲男装做电商策略分析

##### 一、商务休闲男装警钟频响

##### 三、发展瓶颈日益明显

##### 三、电子商务孕育的希望

#### 第三节 GXG

##### 一、公司概况

##### 二、品牌发展

##### 三、目标客户

##### 四、收购事件

##### 五、GXG盈利及营销模式

##### 六、GXG首次试水O2O联动无线端

##### 七、森马收购GXG面临的整合和发展

#### 第四节 太平鸟

##### 一、太平鸟：用实际行动践行着“创意快时尚”

##### 二、太平鸟：传统服装业的新价值取向

##### 三、太平鸟拟IPO募资完善营销网络

#### 第五节 国际设计师商务时尚男装品牌进驻中国高端市场

## 第五章 我国男装行业市场竞争分析

### 第一节 中国男装进入自主品牌竞争时代

#### 第二节 中国本土男装品牌崛起

##### 一、本土男装：品牌崛起

##### 二、渠道：百丽以下，安踏以上

### 第三节 新竞争格局下男装行业正在经历大变局

##### 一、净利润增长情况分析

##### 二、男装品牌发展滞后成主因

##### 三、男装品牌升级强调设计

## 第六章 中国男装行业重点企业分析

### 第一节 雅戈尔时尚股份有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业财务数据分析

#### 四、公司发展展望及策略

### 第二节 上海美特斯邦威服饰股份有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业财务数据分析

#### 四、公司发展展望及策略

### 第三节 福建七匹狼实业股份有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业财务数据分析

#### 四、公司发展展望及策略

### 第四节 九牧王股份有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业财务数据分析

#### 四、公司发展展望及策略

### 第五节 浙江森马服饰股份有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业财务数据分析

#### 四、公司发展展望及策略

##### 第六节 报喜鸟控股股份有限公司

###### 一、公司概况

###### 二、企业经营情况分析

###### 三、企业财务数据分析

###### 四、公司发展展望及策略

##### 第七节 江苏红豆实业股份有限公司

###### 一、公司概况

###### 二、企业经营情况分析

###### 三、企业财务数据分析

###### 四、公司发展展望及策略

##### 第八节 山东希努尔男装有限公司

###### 一、公司概况

###### 二、企业经营情况分析

###### 三、企业财务数据分析

###### 四、公司发展展望及策略

##### 第九节 浙江步森服饰股份有限公司

###### 一、公司概况

###### 二、企业经营情况分析

###### 三、企业财务数据分析

###### 四、公司发展展望及策略

#### 第七章 2023年中国服装业运行情况分析

##### 第一节 2023年我国服装行业经济运行情况分析

###### 一、2023年服装行业景气情况

###### 二、2023年服装市场运行情况

###### 三、2023年服装所属行业进出口情况

###### 四、2023年服装行业投资情况

###### 五、2023年服装所属行业经营情况

##### 第二节 2019-2023年我国服装所属行业经济运行情况分析

###### 一、2022年服装所属行业经济运行情况分析

###### 二、2023年服装所属行业经济运行情况分析

###### 三、2023年中国服装行业发展趋势分析预测

#### 第八章 服装销售渠道与营销策略分析

## 第一节 2023年我国服装商业发展概况

- 一、服装零售业商业开发快速发展
- 二、纺织服装行业需要寻求新商业模式
- 三、国内服装产品快速进入市场商业化运作模式

## 第二节 中国服装销售渠道分析

- 一、我国服装销售渠道的模式
- 二、终端控制能力是中国服装企业及其品牌成败的关键
- 三、服装产业渠道销售之痛
- 四、中国服装产业销售渠道发展策略
- 五、服装流通渠道变化的因素

## 第三节 中国服装电子商务渠道分析

- 一、国内服装网购交易规模
- 二、中国服装的电商之路
- 三、传统服装企业开展电子商务的渠道

## 第四节 中国纺织服装专业市场分析

- 一、服装专业市场分析
- 二、服装专业市场转型势在必行

## 第五节 服装批发市场分析

- 一、服装批发市场的发展特征
- 二、服装批发市场的三大类型
- 三、服装批发市场按照地区划分的六大板块
- 四、中国大中型服装批发市场一览

## 第六节 中国服装企业市场营销策略综述分析

- 一、生活水平与服装观念
- 二、实际消费需求的产生
- 三、服装流行的特点
- 四、服装流行的基本规律
- 五、服装流行的基本法则
- 六、服装流行花期
- 七、服装六大属性
- 八、服装二大族类
- 九、女性顾客三大族
- 十、服装购买三步曲
- 十一、服装购买的特点

## 第七节 服装企业的定制营销



一、建立数据库掌握顾客需求

二、用柔性制造提速定制服务

三、敏捷供应链为定制护航

四、用网络提供互动平台

第八节 供应链管理下的服装企业库存研究

一、供应链管理下服装企业库存研究的概述

二、当前服装企业库存管理中存在的问题

三、从加强供应链管理的角度提高服装企业的库存管理水平

第九章 2024-2030年服装行业发展趋势预测

第一节 2024-2030年服装业发展主要趋势

一、国内国际经济发展趋势竞争日趋激烈

二、国际贸易环境及变数世界贸易格局将变

三、服装外部资源环境分析和内部要素变化趋势梯度转移不可避免

四、产业结构调整和产业创新设计能力带动行业创新

五、品牌发展和营运趋势市场将成为品牌通路控制者

六、产业供应链发展趋势条件更加成熟

七、专业化、标准化、科技创新和新营运模式发展趋势

八、服装需求、消费和市场趋势个性消费和时尚消费时代

九、企业战略发展和现代管理发展趋势

第二节 2024-2030年中国服装产业机遇与挑战

一、服装产业面临的机遇

二、服装产业面临的挑战

三、中国服装业发展的困惑

四、中国服装产业发展正经历第二次浪潮

第三节 2024-2030年中国服装行业发展指南

第十章 2024-2030年中国男装行业发展前景及趋势预测

第一节 2024-2030年中国男装行业市场格局预测

一、市场现状——大众市场仍唱主角

二、中档消费居多大众市场占主导

三、国际消费萎靡高端市场压力增大

四、市场竞争手段成本竞争转向综合竞争

第二节 正装休闲融合，商务休闲将走俏市场

第三节 区域消费不等，市场差距将明显拉开

#### 第四节 高端男装行业：聚焦三四线城市的成长机遇

- 一、高端男装行业尚处于发展的早期
- 二、三四线城市蕴藏扩张机遇

#### 第五节 未来商场男装区域最热衷引进的六大类型品牌

- 一、商场男装区的发展
- 二、男装消费需求增大
- 三、六大类型男装品牌

### 第十一章 2024-2030年中国男装市场投资机会分析

#### 第一节 2024-2030年中国男装行业投资吸引力分析

- 一、行业成长潜力
- 二、行业的竞争力量变动趋势

#### 第二节 行业盈利水平分析

- 一、行业盈利驱动因素带来的影响
- 二、主要企业在行业中的竞争地位
- 三、企业实力变动趋势
- 四、企业成功同核心竞争力的匹配程度

### 第十二章 2024-2030年中国男装行业发展战略分析

#### 第一节 男装需求的发展趋势

- 一、男装市场总体需求趋势
- 二、衬衫市场需求趋势
- 三、西服市场需求趋势

#### 第二节 男装新产品开发方向

- 一、纳米男装
- 二、职场男装的发展方向
- 三、防静电服装市场前景看好
- 四、智能服装的时尚化通道

#### 第三节 男装品牌运作策略

- 一、男装品牌运作风险分析
- 二、男装品牌运作机会分析

#### 第四节 服装企业品牌定位策略分析

- 一、品牌的产品属性定位
- 二、品牌的消费群体定位
- 三、消费群体的购买习惯定位

- 四、消费群体的文化层次定位
- 五、品牌的风格及文化定位
- 六、品牌的营销定位
- 七、在品牌的定位过程中应注意的问题

#### 第五节 中国男装的国际化竞争策略

- 一、在产品设计方面
- 二、在品牌运作方面
- 三、在专业人才培养方面

图表目录：

- 图表：国内男装零售额维持较快增长
  - 图表：主要男装企业订货会数据出现下滑
  - 图表：日本男装户均消费增速低于总体（以名义货币计）
  - 图表：男装行业的生命周期
  - 图表：测算显示七匹狼和报喜鸟渠道存货接近乃至超过07年水平
  - 图表：目前国内男装行业尚处于低烈度竞争状态
  - 图表：广告、人工成本亦呈现显著增加
  - 图表：中国男装各类服装市场容量分析
  - 图表：按消费层次划分男装市场产品结构
  - 图表：男装市场产品市场结构（按价格阶段划分）
  - 图表：中国职业装市场需求分析
  - 图表：中国职业装市场需求分析
  - 图表：中国职业装市场特征分析
  - 图表：中国正装市场需求分析
  - 图表：中国正装市场需求分析
  - 图表：中国正装市场特征分析
  - 图表：中国休闲装市场需求分析
  - 图表：中国休闲装市场需求分析
  - 图表：中国休闲装市场特征分析
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/978083.html>