

2023-2028年中国男性时装行业市场调查研究及发展战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2023-2028年中国男性时装行业市场调查研究及发展战略规划报告》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.huaon.com/channel/clothing/851955.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

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。

报告目录：

第一部分 行业现状分析

第一章 男装行业相关定义与投资特性分析

第一节 男装行业相关定义及分类

一、男装的定义

二、男装的分类

第二节 男装行业特点

第三节 男装行业投资特性

第二章 我国服装行业发展分析

第一节 2022年我国服装所属行业经济运行概述

一、2022年我国服装所属行业经济运行情况

二、2022年国内服装市场销售情况

三、2022年服装所属行业经济运行的主要特点

第二节 2022年我国服装行业发展状况

一、2022年我国服装行业发展状况

二、2022年我国服装行业生产情况分析

三、2022年新增服装专业市场情况分析

四、2022年我国服装行业供求状况分析

五、2022年我国服装企业发展状况分析

六、中国纺织服装行业供应商发展预测

第三节 2022年我国服装所属行业进出口分析

一、2022年全国纺织品服装所属行业进出口概况

二、2022年我国出口美国服装增长情况

三、2022年我国服装出口增速利弊分析

四、2022年我国服装出口所存在的问题

五、2022年我国服装出口贸易壁垒分析

六、2022年第四季度我国服装出口预测

第三章 男装行业发展现状

第一节 2022年我国男装销售情况

第二节 中国男装产业集群与男装名城

第三节 2022年闽派男装发展分析

- 一、2022年闽派男装生产经营状况
- 二、2022年闽派男装市场竞争状况
- 三、2022年闽派男装对外合作状况
- 四、2022年闽派男装投资奥运状况

第四节 2022年北京男装市场分析

- 一、2022年北京市场西服销售情况
- 二、2018-2022年北京市场品牌男装状况

第四章 子产业及相关产业分析

第一节 西服行业

- 一、西服行业发展概况
- 二、2022年我国西服产量分析
- 三、2022年我国西服销售情况
- 四、2022年我国西服进出口分析
- 五、中国西服和国外西装的差距体现
- 六、中国西服业界的前景与国际展望

第二节 衬衫行业

- 一、衬衫行业发展概况
- 二、2022年我国衬衫产量分析
- 三、2022年我国衬衫销售情况
- 四、2022年我国衬衫进出口分析
- 五、2022年我国衬衫业最新营销方式

第三节 T恤行业

- 一、T恤行业发展概况
- 二、2022年我国T恤销售情况
- 三、2022年我国T恤进出口分析
- 四、T-Shirt的流行趋势

第四节 领带行业

- 一、嵊州——领带之乡
- 二、2022年嵊州领带业发展状况
- 三、嵊州领带业SWOT分析
- 四、我国领带业两次地域转移的启示

第五节 2022年我国缝制设备行业发展状况分析

- 一、2022年我国缝制设备行业运行情况

二、2022年我国缝制设备行业进出口分析

三、2022年我国缝制设备面临行业整合

四、2022年缝制设备行业投资机会分析

五、缝制设备行业发展趋势分析

第六节 2022年我国服装面料行业发展状况分析

一、2022年我国面料行业运行情况

二、2022年色纺面料发展状况

三、2022年记忆面料发展状况

四、2022年长绒面料发展状况

五、2022年面料业增长方式转变

六、2022年我国服装面料行业进出口分析

七、服装面料行业发展对策

八、服装面料行业发展趋势

九、中式服装传统面料如何寻求突破

第二部分 进出口分析

第五章 中国男装进出口分析

第一节 世界服装市场分析

一、全球服装品牌设计及供应链趋势

二、2023-2028年世界纺织服装贸易发展预测

三、2022年全球折扣店服装零售额预测

四、2022年我国男装出口状况分析

第二节 2022年我国给类型男装所属行业进出口数据分析

第六章 中国男装主要出口市场分析

第一节 我国服装主要出口市场概况

一、从世界男装看各国服装风格文化

二、2022年我国服装主要出口市场概况

第二节 美国男装市场分析

第三节 日本男装市场分析

第四节 法国男装市场分析

第五节 其他国家地区男装市场分析

一、2022年韩国服装行业发展状况

二、2022年德国服装行业发展状况

三、2022年越南服装行业发展状况

第三部分 市场分析

第七章 中国男装市场消费者分析

第一节 服装消费心理与行为分析

一、影响顾客对服装购买的核心要素

二、服装消费心理与行为分析

第二节 影响男装需求的因素分析

一、社会文化

二、流行趋势

三、服装的基本功能与特征

四、商品名称

五、商标

六、商品价格

七、商品广告

八、消费者收入

第三节 2022年北京市场品牌男衬衫调研情况

一、商场品牌基本情况

二、消费者消费行为分析

三、拦截终端——PPG模式

第四部分 行业竞争分析

第八章 男装销售渠道分析

第一节 中国男装的销售渠道构成

一、男装分销传统渠道方式

二、男装销售渠道新方式

三、中国服装销售渠道存在问题

四、2022年服装品牌与百货业共赢情况

第二节 美国服装销售渠道的借鉴

一、主要零售方式

二、销售代理制

三、供应链管理

第三节 2022年高级男装定制渠道分析

一、高级定制概念渐入中国

二、外国品牌主打高端市场

三、服装工作室强调个性化

四、本土男装品牌兴起团购定制业务

第四节 未来销售渠道趋势预测

一、复合营销网络

二、实施服装品牌经营

三、无店销售

四、与零售业结成联盟

五、直销

第九章 男装营销分析

第一节 中国男装的电视秀场策略分析

一、栏目特型与男装媒介策略

二、栏目与品牌的契合度分析

三、男装利用栏目的媒体策略

四、男性服装营销的临门一脚

第二节 设计与营销分析

一、以设计为中心的服装品牌思维分析

二、以顾客和利润为中心的服装品牌思维分析

三、设计与市场结合的营销分析

第三节 老年服装市场的分析及营销策略

一、老年服装市场发展现状

二、老年服装市场商机无限

三、老年服装市场存在问题

四、老年服装市场营销策略

第十章 男装行业竞争分析

第一节 男装产业竞争格局分析

第二节 后配额时代我国纺织服装行业竞争分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、外部威胁

四、竞争战略选择

第三节 服装品牌竞争运作的误区分析

一、广告误区

二、多品牌路线

三、时装秀

四、参展误区

五、特许加盟

第十一章 男装领先企业分析

第一节 雅戈尔集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营发展状况

三、企业财务分析

第二节 江苏红豆实业股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营发展状况

三、企业财务分析

第三节 宁波杉杉股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营发展状况

三、企业财务分析

第四节 庄吉集团有限公司

一、企业概况

二、品牌建设

三、企业经营发展状况

第五节 罗蒙集团股份有限公司

一、企业概况

二、品牌建设

三、发展目标

第六节 美特斯邦威集团有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营发展状况

三、企业发展规划

第七节 报喜鸟控股股份有限公司

一、企业概况

二、发展优势

三、企业经营发展状况

第五部分 发展趋势及策略

第十二章 男装行业发展趋势

第一节 2018-2022年中国男装发展趋势分析

一、2022年中国服装业运营模式趋势分析

二、2022年秋冬男装流行趋势分析

三、2022年男装科技发展趋势分析

四、2022年男装销售渠道发展趋势分析

五、2022年春夏男装色彩流行趋势分析

第二节 中国男装产业未来发展方向分析

一、国际男装消费的演变

二、中国男装产业的发展

三、中国男装面临的难题

四、中国男装的发展对策

第三节 “十四五”期间服装业发展主要趋势

一、国内国际经济发展趋势

二、国际形式环境及世界贸易格局发展趋势

三、服装外部资源环境分析和内部要素变化趋势

四、产业结构调整和产业创新设计能力发展趋势

五、服装品牌发展和营运趋势

六、产业供应链发展趋势

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

第十三章 男装行业未来发展战略分析

第一节 服装业移动信息化战略分析

一、从信息化向移动信息化的跨越

二、服装生产领域移动信息化解决方案

三、服装销售领域移动信息化解决方案

第二节 男装品牌运作策略分析

一、男装品牌运作风险分析

二、男装品牌运作机会分析

三、男装品牌畅通的传播策略和宣传渠道

第三节 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、我国男衬衫开始步入产品风格细化时代

四、商务装注入休闲魔力

五、防静电服装市场前景看好

六、智能服装的时尚化通道

第四节 我国男装的投资机会分析

一、中国服装出口市场多元化战略效果分析

二、中国服装投资突尼斯市场的可行性分析

三、寻找服装细分化下的盲区

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/clothing/851955.html>