

# 2021-2027年中国互联网+ 男装行业发展态势与市场年度调研报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国互联网+男装行业发展态势与市场年度调研报告》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.cction.com/report/202103/207650.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

男装，是指男性穿于身体起保护和装饰作用的服饰制品。包括上装和下装，男装会根据季节和个人的需求有不同的款式和作用。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国互联网+男装行业发展态势与市场年度调研报告》共十二章。首先介绍了互联网+男装行业市场发展环境、互联网+男装整体运行态势等，接着分析了互联网+男装行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+男装市场竞争格局。随后，报告对互联网+男装做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+男装行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+男装产业有个系统的了解或者想投资互联网+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：

### 第一部分男装行业发展环境分析

#### 第一章男装行业发展概述

##### 第一节 男装的概念

###### 一、男装的定义

###### 二、男装的特点

###### 三、男装的应用领域

##### 第二节 男装行业发展成熟度

##### 第三节 男装市场特征分析

###### 一、市场规模

###### 二、需求主要竞争因素

##### 第四节 男装的产业链情况

###### 一、产业链模型介绍

###### 1、产业链模型

###### 2、产业链的形成机制

###### 3、产业链的特点

###### 4、产业链的利益分配机制

## 5、产业链的竞争谈判机制

## 二、产业链分析

### 第五节 男装行业发展历史回顾

## 第二章中国男装行业发展现状分析

### 第一节 2019年中国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP分析

#### 二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

#### 三、工业发展形势分析

### 第二节 男装政策的回顾与展望

#### 一、我国男装政策的转变

#### 二、男装政策还需调整

### 第三节 男装行业其他发展环境分析

## 第三章 2014-2019年中国男装所属行业市场运行分析

### 第一节 2014-2019年中国男装行业市场发展基本情况

#### 一、市场发展现状分析

#### 二、市场特点分析

#### 三、市场技术发展状况

### 第二节 2014-2019年中国男装行业总产值分析

#### 一、总产值分析

#### 二、2014-2019年不同规模企业工业总产值分析

#### 三、2014-2019年不同所有制企业工业总产值比较

#### 四、2014-2019年行业总产值地区分布

### 第三节 2014-2019年男装行业市场产品供需分析

#### 一、2014-2019年男装行业供给情况分析

#### 二、2014-2019年男装行业需求情况分析

### 第四节 2014-2019年男装行业市场产品价格分析

#### 一、2014-2019年市场产品价格走势

#### 二、2021-2027年市场产品价格趋势预测

## 第四章 2014-2019年中国男装行业总体发展分析

## 第一节 男装行业总体分析

### 一、男装供需概况

### 二、男装行业动态

## 第二节 全国部分城市男装价格分析

## 第五章 中国男装市场形势与营销战略分析

### 第一节 中国男装市场形势分析

### 第二节 中国男装行业供需形势分析

#### 一、男装价格或将反弹

#### 二、在金融危机下国内企业对策分析

### 第三节 中国男装行业企业的营销策略分析

### 第四节 我国男装上游行业发展态势展望

#### 一、创造性地开拓市场

#### 二、加强市场分析

#### 三、注重建设现代化营销网络

## 第六章 中国男装行业竞争格局对投资影响分析

### 第一节 中国男装行业波特五力分析

### 第二节 男装行业竞争格局分析

#### 一、企业集中度分析

#### 二、市场占有率分析

### 第三节 2021-2027年中国男装行业未来竞争态势预测

#### 一、竞争态势预测

#### 二、竞争态势对投资的影响

## 第七章 男装行业上下游行业分析

### 第一节 男装行业上游行业发展现状

### 第二节 男装行业上游行业发展趋势

### 第三节 上游行业对男装行业的影响

### 第四节 男装行业下游行业发展现状

### 第五节 男装行业下游行业发展趋势

### 第六节 下游行业对男装行业的影响

## 第八章男装行业重点品牌企业分析

### 第一节 Gucci Group

- 一、企业概述
- 二、经营状况分析

### 第二节 Dolce & Gabbana

- 一、企业概述
- 二、经营状况分析

### 第三节 HUGO BOSS

- 一、企业概述
- 二、经营状况分析

### 第四节 Christian Dior Group

- 一、企业概述
- 二、经营状况分析

### 第五节 Prada Group

- 一、企业概述
- 二、经营状况分析

### 第六节 雅戈尔集团股份有限公司

- 一、企业概述
- 二、经营状况分析

### 第七节 江苏红豆实业股份有限公司

- 一、企业概述
- 二、经营状况分析

### 第八节 宁波杉杉股份有限公司

- 一、企业概述
- 二、经营状况分析

### 第九节 福建七匹狼实业股份有限公司

- 一、企业概述
- 二、经营状况分析

### 第十节 浙江报喜鸟服饰股份有限公司

- 一、企业概述
- 二、经营状况分析

## 第九章中国男装行业传统商业模式分析

### 第一节 男装行业原料采购模式

### 第二节 男装行业经营模式

### 第三节 男装行业盈利模式

### 第四节 OEM、ODM、OBM模式分析

## 第十章中国男装行业商业模式构建与实施策略

### 第一节 男装行业商业模式要素与特征

#### 一、商业模式的构成要素

#### 二、商业模式的模式要素

##### （一）行业价值模式

##### （二）战略模式

##### （三）市场模式

##### （四）营销模式

##### （五）管理模式

##### （六）资源整合模式

##### （七）资本运作模式

##### （八）成本模式

##### （九）营收模式

#### 三、成功商业模式的特征

### 第二节 男装行业企业商业模式构建步骤

#### 一、挖掘客户价值需求

##### （一）转变商业思维

##### （二）客户隐性需求

##### （三）客户价值主张

#### 二、产业价值链再定位

##### （一）客户价值公式

##### （二）产业价值定位

##### （三）商业形态定位

#### 三、寻找利益相关者

#### 四、构建盈利模式

### 第三节 男装行业商业模式的实施策略

#### 一、企业价值链管理的目标

- (一) 高效率
- (二) 高品质
- (三) 持续创新
- (四) 快速客户响应

#### 二、企业价值链管理系统建设

- (一) 组织结构系统
- (二) 企业控制系统

#### 三、企业文化建设

## 第十一章 中国男装行业商业模式创新转型分析

### 第一节 互联网思维对行业的影响

- 一、互联网思维三大特征
- 二、基于互联网思维的行业发展

### 第二节 互联网时代七大商业模式

#### 一、平台模式

- (一) 构成平台模式的6个条件
- (二) 平台模式的战略定位
- (三) 平台模式成功的四大要素
- (四) 平台模式案例

#### 二、免费模式

- (一) 免费商业模式解析
- (二) 免费战略的实施条件
- (三) 免费战略的类型
  - (1) 产品模式创新型
  - (2) 伙伴模式创新型
  - (3) 族群模式创新型
  - (4) 渠道模式创新型
  - (5) 沟通模式创新型
  - (6) 客户模式创新型
  - (7) 成本模式创新型

#### (8) 壁垒模式创新型

### 三、软硬一体化模式

#### (一) 软硬一体化商业模式案例

#### (二) 软硬一体化模式受到市场追捧

#### (三) 软硬一体化模式是一项系统工程

#### (四) 成功打造软硬一体化商业模式的关键举措

### 四、O2O模式

#### (一) O2O模式爆发巨大力量

#### (二) O2O模式分类

#### (三) O2O模式的盈利点分析

#### (四) O2O模式的思考

### 五、品牌模式

#### (一) 品牌模式的内涵及本质

#### (二) 成功的移动互联网品牌

#### (三) 如何推进品牌经营

### 六、双模模式

#### (一) 双模模式概述

#### (二) 移动互联网：用户规模是关键

#### (三) 双模模式案例

### 七、速度模式

#### (一) 什么是速度模式

#### (二) 速度模式的主要表现

#### (三) 速度模式应注意的几个问题

## 第三节 互联网背景下男装行业商业模式选择

### 一、男装行业与互联网思维的结合

### 二、互联网背景下男装行业商业模式选择

## 第十二章 2021-2027年中国男装行业投融资战略规划分析

### 第一节 男装行业关键成功要素分析

### 第二节 男装行业投资壁垒分析

#### 一、男装行业进入壁垒

#### 二、男装行业退出壁垒

### 第三节 男装行业投资风险与规避

#### 一、宏观经济风险与规避

#### 二、行业政策风险与规避

#### 三、原料市场风险与规避

#### 四、市场竞争风险与规避

#### 五、技术风险分析与规避

#### 六、下游需求风险与规避

### 第四节男装行业融资渠道与策略

#### 一、男装行业融资渠道分析

#### 二、男装行业融资策略分析

### 部分图表目录：

图表2014-2019年男装所属行业企业数量分析

图表2014-2019年男装所属行业资产规模分析

图表2014-2019年男装所属行业销售收入分析

图表2014-2019年男装所属行业利润总额分析

图表2014-2019年中国男装行业利润总额统计

图表2014-2019年中国不同规模的男装企业利润比较

图表2014-2019年中国不同规模的男装企业利润所占份额图

图表2014-2019年中国不同性质的男装企业利润比较

图表2014-2019年中国不同性质的男装企业利润所占份额图

图表2014-2019年中国男装细分行业供利润总额统计

图表2014-2019年中国男装行业细分行业利润结构图

图表2014-2019年中国各地区的男装企业利润比较

图表2014-2019年中国各地区的男装企业利润比较

图表2014-2019年中国男装行业成本费用结构构成情况

图表2014-2019年中国男装行业成本费用结构图

图表2014-2019年中国男装行业管理费用统计

图表2014-2019年中国男装行业管理费用增长趋势图

图表2014-2019年中国男装行业财务费用统计

图表2014-2019年中国男装行业财务费用增长趋势图

图表2021-2027年中国男装市场规模预测

图表2021-2027年我国男装需求情况预测

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202103/207650.html>