

2022-2028年中国互联网+ 男装市场评估与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国互联网+男装市场评估与投资前景分析报告》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/202205/288243.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

20Q1男装板块实现营收、归母净利润64.8亿元、4.6亿元，同比-33.3%、-75.3%。受疫情影响20Q1男装板块收入端下滑幅度与服装行业零售表现基本相当，利润端受毛利率和费用刚性影响降幅更大。利润端男装板块各公司表现分化。海澜之家受促销及刚性费用压力，2019年归母净利润同比-7.1%至32.1亿；比音勒芬受益于毛利率改善，2019年归母净利润同比+39.1%至4.07亿。值得一提的是，比音勒芬借助强VIP运营及费用管控能力，20Q1经营表现明显优于同业：营收同比-22.3%至3.66亿，归母净利润同比-25.3%至0.97亿。

19A男装板块营收/归母净利同比+10.8%/-31.0%20Q1男装板块营收/归母净利同比-33.3%/-75.3% 中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+男装市场评估与投资前景分析报告》共十一章。首先介绍了中国互联网+男装行业市场发展环境、互联网+男装整体运行态势等，接着分析了中国互联网+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，最后分析了中国互联网+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中国互联网+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：

第一章中国互联网+男装行业发展综述

第一节 “互联网+男装”概念界定

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

第二节 “互联网+男装”行业的内涵

第三节 本报告的研究范围

第二章男装行业发展现状与前景分析

第一节 男装行业概况

一、男装行业概念及分类

二、全球男装行业概况

三、中国男装行业概况19年男装板块运营质量改善，20Q1受疫情影响运营质量阶段性承压。19年男装板块存货周转率、应收账款周转率分别为1.47次、15.65次，同比+0.07次、+0.26次；其中，19Q4存货周转率、应收账款周转率分别为0.49次、4.81次，同比+0.05次、+0.70次。受益于收入端稳增长及相对谨慎的备货策略，19年男装板块存货周转率小幅改善；同时销售回款表现较优，应收账款周转率同比提升。20Q1存货周转率、应收账款周转率分别为0.29次、2.67次，同比-0.09次、-1.46次。20Q1受疫情影响，男装板块运营质量阶段性承压。19A/20Q1男装板块存货周转率为1.47次/0.29次19A/20Q1男装板块应收账款周转率为15.65次/2.67次

四、中国男装行业所处周期

第二节 全球及我国男装行业发展前景展望

一、全球男装行业发展趋势展望

二、我国男装行业发展趋势展望

三、我国男装行业发展前景展望

第三节 中国男装行业产业链发展趋势

一、中国男装行业产业链

二、男装产业链利润分布

三、男装上游产业链分析

四、下游产业——男装机构分析

第三章互联网+的作用——重构行业生态、促进产业链升级

第一节 传统男装行业的痛点与缺陷

一、男装行业痛点及根源

二、男装营销受极大约束

三、缺少精准营销的平台

第二节 移动互联网有望重构男装行业生态

一、移动男装助力解决行业痛点

二、互联网催生渠道价值

三、男装服务商的发展趋势

第三节 产业链升级：互联网男装推动行业科学化、市场化

一、精准营销改善行业痛点

二、互联网男装推动产业链升级

三、互联网男装模式的核心思路

四、互联网男装未来趋势

第四章中国互联网+男装行业发展背景

第一节 中国互联网+男装行业政策背景分析

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业发展规划分析
- 三、行业政策动向分析
- 四、政策环境对行业的影响

第二节 中国互联网+男装行业经济背景分析

- 一、宏观经济环境分析
- 二、国际宏观经济运行分析
- 三、国内宏观经济运行分析
- 四、宏观经济发展对行业的影响

第三节 关联产业发展背景

- 一、中国电子商务发展状况分析
- 二、中国大数据产业发展状况分析
- 三、中国互联网产业发展状况分析
- 四、关联产业发展对行业的影响

第四节 中国互联网+男装行业技术背景分析

- 一、云计算技术发展现状及投资前景调研分析
- 二、物联网技术发展现状及投资前景调研分析
- 三、通信技术的发展现状及投资前景调研分析
- 四、互联网相关技术对行业的影响总结

第五章中国互联网+男装行业发展现状分析

第一节 中国互联网+男装行业市场发展阶段分析

- 一、对互联网+男装行业发展阶段的研究
- 二、中国互联网+男装行业细分阶段发展特点

第二节 互联网给男装行业带来的冲击和变革分析

- 一、互联网时代男装行业大环境变化分析
- 二、互联网给男装行业带来的突破机遇分析
- 三、互联网给男装行业带来的挑战分析

四、互联网+男装行业融合创新机会分析

第三节 中国互联网+男装行业市场发展现状分析

一、中国互联网+男装行业投资布局分析

(1) 中国互联网+男装行业投资切入方式

(2) 中国互联网+男装行业投资规模分析

(3) 中国互联网+男装行业投资业务布局

二、男装行业目标客户互联网渗透率分析

三、中国互联网+男装行业市场规模分析

四、中国互联网+男装行业竞争格局分析

(1) 中国互联网+男装行业参与者结构

(2) 中国互联网+男装行业竞争者类型

(3) 中国互联网+男装行业市场占有率

第六章 中国互联网+男装行业商业模式创新策略

第一节 关于商业模式研究的基本思想介绍

一、商业模式的定义及与其他模式的比较

二、商业模式的核心构成要素及构建流程

第二节 中国互联网+男装行业市场定位创新分析

一、中国男装行业消费者特征分析

二、中国男装行业企业主流的市场定位分析

三、互联网对男装行业市场定位的变革分析

四、互联网下男装行业市场定位优秀案例分析

第三节 中国互联网+男装行业价值主张创新分析

一、中国男装行业主要的客户价值主张要素分析

二、互联网+男装行业价值主张创新策略分析

(1) 男装行业企业如何利用互联网升级产品使用体验

(2) 男装行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验

(3) 男装行业企业如何利用互联网节约客户成本

三、互联网+男装行业价值主张创新优秀案例

第四节 中国互联网+男装行业渠道通路创新分析

一、中国男装行业渠道通路的主要类别及特点分析

(1) 价值传递通路的定义及特点

- (2) 产品销售渠道的定义及特点
- (3) 现有渠道通路特点的优势及不足
- (4) 互联网对渠道通路的改造分析
- 二、互联网对男装行业渠道通路的颠覆性变革分析
- 三、互联网+男装行业网络媒体男装宣传策略分析
- 四、互联网+男装行业电商渠道构建策略分析
- 五、互联网+男装行业渠道通路创新优秀案例
- 第五节 中国互联网+男装行业客户关系创新分析
- 一、中国男装行业客户关系的类别及关系成本分析
 - (1) 男装行业客户关系的类别分析
 - (2) 男装行业客户关系成本分析
- 二、中国互联网+男装行业客户关系创新路径分析
- 三、中国互联网+男装行业客户关系创新优秀案例
- 第六节 中国互联网+男装行业收入来源创新分析
- 一、中国男装行业收入的主要来源渠道及特点
- 二、中国互联网+男装行业收入来源的创新分析
- 三、中国互联网+男装行业收入来源创新优秀案例
- 第七节 中国互联网+男装行业合作伙伴创新分析
- 一、中国男装行业主要的合作伙伴及其特点分析
- 二、互联网如何改变男装行业合作伙伴结构
- 三、互联网下男装行业新增合作伙伴的特点
- 四、互联网下男装行业新增合作伙伴优秀案例
- 第八节 中国互联网+男装行业成本机构优化分析
- 一、中国男装行业主要成本结构及特点分析
- 二、互联网如何改变男装行业成本结构
- 三、互联网下男装行业成本结构的优化路径
- 四、互联网下男装行业成本结构优化优秀案例
- 第九节 国外互联网+男装行业商业模式创新经验
- 一、国外互联网+男装行业商业模式优秀案例剖析
 - (1) 案例一
 - 1) 案例一基本信息分析
 - 2) 案例一经营情况分析

3) 案例一盈利模式分析

4) 案例一商业模式评价

(2) 案例二

1) 案例二基本信息分析

2) 案例二经营情况分析

3) 案例二盈利模式分析

4) 案例二商业模式评价

(3) 案例三

1) 案例三基本信息分析

2) 案例三经营情况分析

3) 案例三盈利模式分析

4) 案例三商业模式评价

二、国外互联网+男装行业商业模式创新经验借鉴

第七章中国男装行业企业电商战略规划及模式选择

第一节 中国男装行业企业电商战略规划分析

一、男装企业电商如何正确定位

二、男装电商核心业务确定策略

三、男装企业电商化组织变革策略

第二节 中国男装行业典型电商发展模式总体分析

一、中国电子商务主流模式分析

二、B2B电商模式及其优劣势分析

(1) B2B电商模式的特点

(2) B2B电商模式的适用范围

(3) B2B电商模式的优秀案例

(4) B2B电商模式的优劣势

三、B2C电商模式及其优劣势分析

(1) B2C电商模式的特点

(2) B2C电商模式的适用范围

(3) B2C电商模式的优秀案例

(4) B2C电商模式的优劣势

四、C2C电商模式及其优劣势分析

- (1) C2C电商模式的特点
- (2) C2C电商模式的适用范围
- (3) C2C电商模式的优秀案例
- (4) C2C电商模式的优劣势

五、O2O电商模式及其优劣势分析

- (1) O2O电商模式的特点
- (2) O2O电商模式的适用范围
- (3) O2O电商模式的优秀案例
- (4) O2O电商模式的优劣势

六、中国男装行业最优电商模式的选择

第三节 中国男装行业企业电商切入模式及发展路径

一、模式一

- (1) 模式一的特点及优劣势
- (2) 模式一的业务布局分析
- (3) 模式一的渠道通路分析
- (4) 模式一的收入来源分析
- (5) 模式一的关键资源能力分析
- (6) 模式一的经营风险分析
- (7) 模式一的优秀案例分析

二、模式二

- (1) 模式二的特点及优劣势
- (2) 模式二的业务布局分析
- (3) 模式二的渠道通路分析
- (4) 模式二的收入来源分析
- (5) 模式二的关键资源能力分析
- (6) 模式二的经营风险分析
- (7) 模式二的优秀案例分析

三、模式三

- (1) 模式三的特点及优劣势
- (2) 模式三的业务布局分析
- (3) 模式三的渠道通路分析
- (4) 模式三的收入来源分析

(5) 模式三的关键资源能力分析

(6) 模式三的经营风险分析

(7) 模式三的优秀案例分析

第四节 中国男装行业移动电商切入路径及典型产品

一、中国男装行业移动电商的商业价值分析

(1) 移动电商的商业价值分析

(2) 中国移动互联网发展现状

(3) 中国移动互联网趋势分析

二、中国男装行业移动电商市场发展现状

三、中国男装行业移动电商市场切入路径

四、中国男装行业移动电商典型产品形式

五、中国男装行业移动电商发展趋势及前景

第八章 中国互联网+男装商业模式创新优秀案例剖析

第一节 案例一

一、案例一基本信息分析

二、案例一经营情况分析

三、案例一产品服务分析

四、案例一盈利模式分析

五、案例一渠道通路分析

六、案例一合作伙伴分析

七、案例一融资情况分析

八、案例一商业模式评价

第二节 案例二

一、案例二基本信息分析

二、案例二经营情况分析

三、案例二产品服务分析

四、案例二盈利模式分析

五、案例二渠道通路分析

六、案例二合作伙伴分析

七、案例二融资情况分析

八、案例二商业模式评价

第三节 案例三

- 一、案例三基本信息分析
- 二、案例三经营情况分析
- 三、案例三产品服务分析
- 四、案例三盈利模式分析
- 五、案例三渠道通路分析
- 六、案例三合作伙伴分析
- 七、案例三融资情况分析
- 八、案例四商业模式评价

第四节 案例四

- 一、案例四基本信息分析
- 二、案例四经营情况分析
- 三、案例四产品服务分析
- 四、案例四盈利模式分析
- 五、案例四渠道通路分析
- 六、案例四合作伙伴分析
- 七、案例四融资情况分析
- 八、案例四商业模式评价

第五节 案例五

- 一、案例五基本信息分析
- 二、案例五经营情况分析
- 三、案例五产品服务分析
- 四、案例五盈利模式分析
- 五、案例五渠道通路分析
- 六、案例五合作伙伴分析
- 七、案例五融资情况分析
- 八、案例五商业模式评价

第九章中国重点企业互联网+男装投资布局分析

第一节 企业一

- 一、企业基本信息分析
- 二、企业经营情况分析

三、企业互联网+男装投资布局

四、企业互联网+男装产品服务分析

五、企业最新发展动向

第二节 企业二

一、企业基本信息分析

二、企业经营情况分析

三、企业互联网+男装投资布局

四、企业互联网+男装产品服务分析

五、企业最新发展动向

第三节 企业三

一、企业基本信息分析

二、企业经营情况分析

三、企业互联网+男装投资布局

四、企业互联网+男装产品服务分析

五、企业最新发展动向

第四节 企业四

一、企业基本信息分析

二、企业经营情况分析

三、企业互联网+男装投资布局

四、企业互联网+男装产品服务分析

五、企业最新发展动向

第五节 企业五

一、企业基本信息分析

二、企业经营情况分析

三、企业互联网+男装投资布局

四、企业互联网+男装产品服务分析

五、企业最新发展动向

第十章 2022-2028年中国互联网+男装行业市场发展趋势预测

第一节 2022-2028年中国互联网+男装行业市场趋势预测分析

一、中国互联网+男装行业市场增长动力分析

二、中国互联网+男装行业市场发展瓶颈剖析

三、中国互联网+男装行业市场发展趋势分析

第二节 2022-2028年中国男装行业电商发展现状及趋势分析

一、中国男装行业电商总体开展情况

二、中国男装行业电商交易规模分析

三、中国男装行业电商产品服务品类

四、中国男装行业电商盈利情况分析

五、中国男装行业电商市场现存问题

六、中国男装行业电商市场趋势分析

七、中国男装行业电商市场规模预测

第十一章 2022-2028年中国互联网+男装行业市场投资机会及建议

第一节 2022-2028年中国互联网+男装行业投资特性及风险（一）

一、互联网+男装行业投资壁垒分析

（1）政策壁垒

（2）技术壁垒

（3）市场壁垒

二、互联网+男装行业投资特性分析

三、互联网+男装行业投资前景分析

第二节 2022-2028年中国互联网+男装行业投融资现状及趋势

一、中国互联网+男装行业投资现状及趋势

（1）中国互联网+男装行业投资主体结构

（2）各投资主体核心资源分析

（3）各投资主体投资方式分析

（4）各投资主体投资规模分析

（5）2019年主要投资事件分析

（6）各投资主体投资前景分析

二、中国互联网+男装行业融资现状及趋势

（1）中国互联网+男装行业融资主体构成

（2）各融资主体核心资源分析

（3）各融资主体融资方式分析

（4）各融资主体融资规模分析

（5）2019年主要融资事件及用途

（6）各融资主体融资趋势分析

第三节 2022-2028年中国互联网+男装行业投资机会及建议

一、中国互联网+男装行业投资机会分析（一）

二、关于互联网+男装行业的投资建议

图表目录

图表：男装分类

图表：大男装市场分类

图表：中国男装市场消费者的性别分布

图表：中国男装市场消费者的年龄分布

图表：中国男装市场消费者的职业分布

图表：中国男装市场消费者的学历分布

图表：中国男装市场消费者收入分布

图表：中国男装市场消费者的地域分布

图表：中国男装行业前景

图表：男装客户生命周期

图表：主要整型消费人群

图表：男装行业产业链

图表：男装产业是一个交叉产业

图表：我国男装市场地域分布特点

图表：男装行业痛点溯源

图表：男装行业获客渠道

图表：移动男装助力解决行业痛点

图表：新兴男装平台一览

图表：男装价值链——移动男装的作用

图表：互联网男装平台信息

图表：男装行业产业链目前呈现的“再分工”趋势

图表：男装行业产业链结构出现变化：传统模式与互联网模式交织的状态

图表：理想状态下互联网男装产业链格局

图表：男装宣传方式在进化

图表：互联网男装平台商业模式比较

图表：国内互联网男装平台比较

图表：整形男装医院招揽顾客的主要方式

图表：“互联网+男装”项目的类型分布

图表：“互联网+男装”项目的地域分布

图表：“互联网+男装”项目的融资方式分布

图表：“互联网+男装”项目的阶段分布

图表：互联网+男装行业发展规划汇总表

图表：互联网+男装行业主要政策汇总表

图表：政策环境对行业的影响分析表

图表：2015-2019年全球主要经济体经济增速预测

图表：2015-2019年中国GDP增长率变化趋势图

图表：2015-2019年中国工业增加值及增长率走势图

图表：2015-2019年中国服务业增加值及增长率走势图

图表：2015-2019年中国电商交易规模发展趋势

图表：2022-2028年中国电商交易规模预测

图表：2015-2019年我国网民规模及互联网普及率

图表：2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2015-2019年我国移动网民规模及增长速度

图表：关联产业发展对行业的影响总结表

图表：互联网相关技术对行业的影响总结表

图表：中国互联网+男装行业发展阶段

图表：主要企业互联网+男装行业投资切入角度

图表：2015-2019年中国互联网+男装行业主要投资事件

图表：中国互联网+男装行业投资业务布局

图表：2015-2019年中国互联网+男装行业市场规模发展趋势

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/288243.html>