

2008年中国男装市场分析及投资 前景预测报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2008年中国男装市场分析及投资前景预测报告》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.chinairr.org/report/R12/R1202/200807/03-4140.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

第一章 2007年中国经济发展环境

第一节 2007年中国宏观经济运行情况

第二节 2008年经济增长趋势预测

第三节 2008年5月PPI涨幅8.2%

第二章 2007年中国男装行业政策环境

第一节 SA8000标准

第二节 全球纺织业后配额时代

第三节 “特保”措施

第三章 国际市场

第一节 日本男装市场

第二节 香港男装市场

第三节 欧盟男装市场

一、德国服装市场

二、法国男装市场

三、英国男装市场

第四节 北美男装市场

一、美国男装市场

二、加拿大男装市场

第五节 其他国家男装市场

一、澳大利亚男装市场

二、俄罗斯服装市场

第四章 男装原料供应

第一节 中国男装面料与国际的差距

一、国产面料与日本面料的差距

二、国产面料出现的问题分析

三、国产面料顶替进口的解决方法

第二节 我国面料进出口情况

第三节 2007年面料销售情况

一、2007年秋冬面料销售

二、2007春夏羊毛织物

第五章 中国男装市场对外贸易

第一节 2007年我国服装出口

第二节 主要出口国家分析

第三节 各省市服装出口状况

第六章 市场细分

第一节 西服

一、西服产销现状

二、西服的流行趋势

三、中国西服行业发展概况

四、中国西服与国外对比情况

五、中国西服市场的发展趋势

六、领先品牌

第二节 衬衫

一、中国衬衫产销现状

二、2007年中国衬衫生产情况

三、2007年衬衫市场的特点

四、2007年衬衫市场需求

五、领先品牌

第三节 西裤

一、2007年西裤产销现状

二、2007年西裤销售分析

三、西裤主要品牌市场占有率

四、领先品牌

第四节 休闲服

一、我国休闲服概况

二、我国休闲服装市场特点

三、领先品牌

第五节 领带

- 一、领带发展历史回顾
- 二、我国领带行业发展状况
- 三、入世后，中国领带业的挑战和对策
- 四、领先品牌

第七章 区域市场分析

第一节 北京男装市场

- 一、北京男装市场容量
- 二、北京商场男装销售情况
- 三、北京男装市场品牌现状

第二节 上海

- 一、上海男装市场容量
- 二、上海地区市场分析
- 三、逐鹿上海滩需要注意的问题
- 四、上海男装市场品牌现状

第三节 广州

- 一、广州商场男装销售情况
- 二、广州男装市场品牌现状

第八章 消费者

第一节 男装消费者市场细分

- 一、男装市场细分指标
 - (一) 按人口和社会经济因素细分
 - (二) 按心理因素细分
 - (三) 按地理因素细分
 - (四) 按顾客利益细分
 - (五) 按用途细分
 - (六) 按促销反应细分
 - (七) 按服务要素细分
- 二、我国人口细分与男装市场人口结构
- 三、年龄结构细分与男装市场消费结构
 - (一) 我国各地区年龄结构分布

（二）男装消费与年龄结构关系

四、消费者利益细分与男装市场消费结构

五、地理位置细分与男装市场

第二节 男装主要消费群体划分

一、男装消费群体划分

二、男性消费心理及行为特征

三、男装消费特点及趋势

第三节 影响男装消费者购买行为的主要影响因素概论

一、社会文化

二、流行时尚

三、男装的心理功能与特征

四、商品价格

（一）消费者对价格稳定的习惯心理

（二）消费者对价格变动的敏感心理

（三）消费者对商品价格的比较倾向性

（四）消费者对价格高低的感受性

五、商品广告

六、消费者收入

第四节 消费者购买男装的主要影响因素分布

第五节 消费者购买男装的渠道分布

第六节 消费者购买男装偏好分析

一、价格偏好

二、品牌偏好

（一）消费群体定位

（二）品牌消费群体消费特征

（三）高端品牌消费者案例分析

（四）男装销售品牌集中度分析

第七节 消费者收入对男装购买的影响

一、五大城市中产阶层消费行为调查

（一）中产阶级的消费结构变化

（二）中产阶级消费取向

（三）中产阶级的消费观念

二、调查结论

第八节 购买男装的女性消费者分析

一、顾客购物机率分析

二、男士服装购买心理因素

三、开发女性客户建议

第九节 西服消费者分析

一、西服购买影响因素分析

二、开发西服消费者的策略

（一）市场细分与目标市场的选择

（二）品牌策略

（三）价格管理

（四）渠道运作

（五）促销管理

（六）市场效率分析及优化

第十节 西裤消费者分析

一、西裤消费者及消费特征

二、西裤购买者及购买特性

三、西裤与休闲装、西服品牌的区别

四、西裤品牌消费分析

五、知名西裤品牌的对比分析

第十一节 男鞋主要品牌及消费分析

一、皮鞋市场综合占有率前十个品牌

二、男皮鞋消费特点

第十二节 男装产品定位

一、购买心理

二、消费理念

三、品牌路线

四、品牌文化

五、品牌产品

六、产品定位

第九章 优势企业分析

第一节 雅戈尔集团股份有限公司

一、公司简介

二、主要产品

三、战略动态

第二节 杉杉集团

一、公司简介

二、主要产品

三、战略动态

第三节 罗蒙集团

一、公司简介

二、主要产品

三、战略动态

第四节 红豆集团

一、公司简介

二、主要产品

三、战略动态

第五节 虎豹集团

一、公司简介

二、主要产品

三、战略动态

第六节 上海开开（集团）有限公司

一、公司简介

二、主要产品

三、战略动态

第七节 报喜鸟集团

一、公司简介

二、主要产品

三、战略动态

第八节 九牧王（福建）服饰发展有限公司

一、公司简介

二、主要产品

三、战略动态

第十章 男装流行趋势

第一节 男装现在及将来流行趋势

第二节 男装面料供应发展趋势

第三节 男装新产品开发方向

第十一章 男装行业发展趋势及预测

第一节 中国衬衫市场竞争发展态势

第二节 中国西服行业趋势

第三节 中国服装市场营销趋势

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/200807/03-4140.html>