|  |
| --- |
| [2023-2029年中国男装行业发展深度调研与未来趋势预测报告](https://www.20087.com/5/12/NanZhuangWeiLaiFaZhanQuShi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2023-2029年中国男装行业发展深度调研与未来趋势预测报告](https://www.20087.com/5/12/NanZhuangWeiLaiFaZhanQuShi.html) |
| 报告编号： | 2578125　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9500 元　　纸介＋电子版：9800 元 |
| 优惠价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/5/12/NanZhuangWeiLaiFaZhanQuShi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　男装市场近年来展现出了多样化和个性化的发展趋势，打破了传统男性着装的刻板印象。快时尚品牌和独立设计师的兴起，提供了更加丰富多样的风格选择，从街头休闲到商务正装，满足了不同场合和个性需求。同时，可持续时尚的浪潮推动了男装行业向环保材料和循环生产模式转型，消费者对品牌的环保责任和社会价值日益关注。  
　　未来，男装行业将更加注重品牌故事和文化认同。随着消费者对服装背后故事的兴趣增加，品牌将更加重视传达其价值观和文化内涵，如手工艺传承、地域特色和艺术灵感。同时，技术的融合，如3D打印和智能织物的应用，将为男装设计带来创新，提供更加贴合身体和响应环境变化的服装。此外，定制化服务的普及，通过在线量身定制和虚拟试衣技术，将提升消费者的购物体验和满意度。  
　　《[2023-2029年中国男装行业发展深度调研与未来趋势预测报告](https://www.20087.com/5/12/NanZhuangWeiLaiFaZhanQuShi.html)》全面分析了我国男装行业的现状、市场需求、市场规模以及价格动态，探讨了男装产业链的结构与发展。男装报告对男装细分市场进行了剖析，同时基于科学数据，对男装市场前景及发展趋势进行了预测。报告还聚焦男装重点企业，并对其品牌影响力、市场竞争力以及行业集中度进行了评估。男装报告为投资者、产业链相关企业及政府决策部门提供了专业、客观的参考，是了解和把握男装行业发展动向的重要工具。  
  
第一章 中国男装行业竞争充分度和集中度分析  
　　1.1 男装行业发展背景  
　　　　1.1.1 男装界定与分类  
　　　　1.1.2 男装行业发展环境  
　　　　1.1.3 男装行业发展现状  
　　1.2 男装行业集中度分析  
　　　　1.2.1 男装行业集中度  
　　　　（1）男装行业销售额  
　　　　（2）男装行业集中度  
　　　　（3）集中度变化趋势  
　　　　1.2.2 细分市场集中度  
　　　　（1）男裤市场集中度  
　　　　（2）男西装市场集中度  
　　　　（3）男衬衫市场集中度  
　　1.3 男装行业竞争充分度分析  
　　　　1.3.1 竞争结构与充分度  
　　　　1.3.2 男装行业竞争充分度  
　　　　（1）男装行业竞争充分度  
　　　　（2）细分市场竞争充分度  
  
第二章 中国男装行业竞争层次及排名情况分析  
　　2.1 男装行业竞争层次分析  
　　　　2.1.1 男装行业竞争者构成  
　　　　（1）设计师品牌  
　　　　（2）制造商品牌  
　　　　（3）直销品牌  
　　　　（4）快速时尚品牌  
　　　　（5）零售商品牌  
　　　　2.1.2 男装行业竞争者层次  
　　　　（1）高端男装品牌  
　　　　（2）中高端男装品牌  
　　　　（3）中端男装品牌  
　　　　（4）中低端男装品牌  
　　　　2.1.3 男装行业竞争层次  
　　　　（1）成本和价格的竞争  
　　　　（2）质量和使用价值的竞争  
　　　　（3）品牌与营销网络的竞争  
　　　　（4）商业模式之间的竞争  
　　2.2 男装行业竞争排名分析  
　　　　2.2.1 行业总体竞争排名  
　　　　（1）2019年竞争排名  
　　　　（2）近几年排名变化  
　　　　（3）领先品牌份额差距  
　　　　2.2.2 细分市场竞争排名  
　　　　（1）按风格分类  
　　　　（2）按穿着组合分类  
  
第三章 中国男装行业区域派系品牌格局分析  
　　3.1 男装主要派系及分布  
　　3.2 浙派男装竞争力分析  
　　　　3.2.1 浙派男装覆盖区域  
　　　　3.2.2 浙派男装发展环境  
　　　　（1）生产要素配置情况  
　　　　（2）相关产业发展状况  
　　　　（3）政府政策支持力度  
　　　　3.2.3 浙派男装主要品牌  
　　　　3.2.4 浙派男装竞争优势  
　　　　3.2.5 浙派男装竞争策略  
　　3.3 闽派男装竞争力分析  
　　　　3.3.1 闽派男装覆盖区域  
　　　　3.3.2 闽派男装发展环境  
　　　　（1）生产要素配置情况  
　　　　（2）相关产业发展状况  
　　　　（3）政府政策支持力度  
　　　　3.3.3 闽派男装主要品牌  
　　　　3.3.4 闽派男装竞争优势  
　　　　3.3.5 闽派男装竞争策略  
　　3.4 粤派男装竞争力分析  
　　　　3.4.1 粤派男装覆盖区域  
　　　　3.4.2 粤派男装发展环境  
　　　　（1）生产要素配置情况  
　　　　（2）相关产业发展状况  
　　　　（3）政府政策支持力度  
　　　　3.4.3 粤派男装主要品牌  
　　　　3.4.4 粤派男装竞争优势  
　　　　3.4.5 粤派男装竞争策略  
　　3.5 苏派男装竞争力分析  
　　　　3.5.1 苏派男装覆盖区域  
　　　　3.5.2 苏派男装发展环境  
　　　　（1）生产要素配置情况  
　　　　（2）相关产业发展状况  
　　　　（3）政府政策支持力度  
　　　　3.5.3 苏派男装主要品牌  
　　　　3.5.4 苏派男装竞争优势  
　　　　3.5.5 苏派男装竞争策略  
  
第四章 中国男装行业竞争强度分析  
　　4.1 波特五力模型概述  
　　　　4.1.1 波特五力模型简介  
　　　　4.1.2 波特五力模型构成  
　　　　4.1.3 波特五力模型评价  
　　4.2 男装行业五力模型分析  
　　　　4.2.1 现有企业之间的竞争  
　　　　（1）国际男装市场格局  
　　　　（2）国内男装市场格局  
　　　　4.2.2 行业潜在进入者威胁  
　　　　（1）行业可能的进入者  
　　　　（2）影响企业进入的因素  
　　　　（3）潜在进入者威胁评价  
　　　　4.2.3 上游供应商议价能力  
　　　　（1）影响议价能力的因素分析  
　　　　（2）上游供应商议价能力评价  
　　　　4.2.4 下游客户议价能力  
　　　　（1）议价能力影响因素分析  
　　　　（2）下游客户议价能力评价  
　　　　4.2.5 行业替代品威胁  
　　4.3 男装行业竞争强度评述  
  
第五章 中国男装行业并购整合趋势分析  
　　5.1 行业并购整合环境  
　　5.2 行业并购整合情况  
　　　　5.2.1 国外并购情况分析  
　　　　5.2.2 国内并购总体情况  
　　　　（1）并购总金额  
　　　　（2）并购案件数  
　　　　（3）平均并购金额  
　　　　5.2.3 国内不同并购类型  
　　　　（1）国内并购  
　　　　（2）海外并购  
　　　　（3）外资并购  
　　　　5.2.4 VC投资情况  
　　　　5.2.5 行业近期并购案例  
　　5.3 行业并购整合特征  
　　　　5.3.1 行业并购整合目的  
　　　　（1）实现多品牌  
　　　　（2）通往高端化、国际化  
　　　　（3）巩固、提升市场地位  
　　　　5.3.2 行业并购整合特征  
　　　　（1）资本助力  
　　　　（2）并购方式多样化  
　　　　（3）跨国并购增多  
　　5.4 行业并购整合趋势  
　　　　5.4.1 并购的机遇与挑战  
　　　　（1）并购面临的机遇  
　　　　（2）并购面临的挑战  
　　　　5.4.2 并购整合趋势分析  
　　　　（1）并购数量预测  
　　　　（2）并购主体预测  
　　　　（3）并购方式预测  
　　　　5.4.3 并购的风险与对策  
  
第六章 中国男装行业竞争趋势及策略分析  
　　6.1 男装行业竞争趋势预判  
　　　　6.1.1 男装行业竞争趋势预判  
　　　　6.1.2 男装行业竞争核心要素  
　　　　（1）品牌塑造与推广能力  
　　　　（2）产品设计与品质保障  
　　　　（3）渠道拓展与管理能力  
　　　　（4）供应链整合能力  
　　　　（5）企业管理能力  
　　6.2 男装行业品牌运营及策略  
　　　　6.2.1 品牌成男装竞争主流  
　　　　6.2.2 男装品牌的塑造与营销  
　　　　（1）男装品牌塑造策略  
　　　　（2）男装品牌营销策略  
　　　　（3）雅戈尔品牌战略研究  
　　　　6.2.3 男装品牌延伸策略  
　　　　（1）男装品牌延伸的必要性  
　　　　（2）男装纷纷进行品牌延伸  
　　　　（3）男装品牌延伸两大方式  
　　　　（4）男装品牌延伸战略案例  
　　　　（5）男装品牌延伸策略建议  
　　6.3 男装行业渠道扩张与管理策略  
　　　　6.3.1 男装企业渠道竞争现状分析  
　　　　（1）男装企业渠道扩张现状  
　　　　（2）男装企业渠道竞争特征  
　　　　（3）男装企业渠道平效分析  
　　　　（4）男装行业渠道拓展空间  
　　　　（5）男装行业渠道整合趋势  
　　　　6.3.2 男装企业销售模式选择  
　　　　（1）男装企业加盟模式分析  
　　　　（2）男装企业直营模式分析  
　　　　（3）男装企业电商渠道创新与建议  
　　　　6.3.3 男装行业渠道终端选择策略  
　　　　（1）男装行业渠道结构分析  
　　　　（2）男装商场专柜渠道分析  
　　　　（3）男装专卖店渠道分析  
　　　　（4）男装行业渠道终端选择  
　　6.4 男装企业供应链管理策略  
　　　　6.4.1 渠道竞争演变为供应链竞争  
　　　　6.4.2 男装企业发动供应链变革战  
　　　　（1）九牧王：与IBM进行战略合作  
　　　　（2）七匹狼：ERP系统集合升级  
　　　　（3）劲霸：无线条码管理解决方案  
　　　　（4）柒牌：投建仓储物流中心  
　　　　6.4.3 男装企业供应链管理对策  
　　　　（1）优化环节，实现快速反应  
　　　　（2）运用延迟策略  
　　　　（3）供应链各点实现信息共享  
　　　　（4）建立战略合作伙伴关系  
　　　　（5）合理扩展销售渠道  
  
第七章 国际男装品牌企业经营情况及在华竞争分析  
　　7.1 国际男士正装品牌企业经营情况分析  
　　　　7.1.1 法国切瑞蒂（Cerruti1881）  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营业绩  
　　　　（4）公司经营战略  
　　　　（5）公司在华竞争  
　　　　7.1.2 英国登喜路（Dunhill）  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营业绩  
　　　　（4）公司经营战略  
　　　　（5）公司在华竞争  
　　　　7.1.3 意大利杰尼亚（Ermenegildo Zegna）  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营业绩  
　　　　（4）公司经营战略  
　　　　（5）公司在华竞争分析  
　　　　7.1.4 德国波士（Hugo Boss）  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营业绩  
　　　　（4）公司经营战略  
　　　　（5）公司在华竞争分析  
　　　　7.1.5 意大利乔治&#8226;阿玛尼（Giorgio Armani）  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营业绩  
　　　　（4）公司经营战略  
　　　　（5）公司在华竞争分析  
　　7.2 国际男士商务休闲装品牌企业经营情况分析  
　　　　7.2.1 英国雅格狮丹（Aquascutum）  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营业绩  
　　　　（4）公司经营战略  
　　　　（5）公司在华竞争分析  
　　　　7.2.2 英国博柏利（Burberry）  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营业绩  
　　　　（4）公司经营战略  
　　　　（5）公司在华竞争分析  
　　　　7.2.3 美国拉夫&#8226;劳伦（Polo Ralph Lauren）  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营业绩  
　　　　（4）公司经营战略  
　　　　（5）公司在华竞争分析  
　　　　7.2.4 意大利古驰（gucci）  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营业绩  
　　　　（4）公司经营战略  
　　　　（5）公司在华竞争分析  
　　　　7.2.5 法国迪奥&#8226;桀傲（Dior Homme）  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营业绩  
　　　　（4）公司经营战略  
　　　　（5）公司在华竞争分析  
　　7.3 国际男士一般休闲及运动品牌企业经营情况分析  
　　　　7.3.1 美国卡尔文&#8226;克莱恩（Calvin Klein）  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营业绩  
　　　　（4）公司经营战略  
　　　　（5）公司在华竞争分析  
　　　　7.3.2 意大利保鲨（Paul&Shark）  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营业绩  
　　　　（4）公司经营战略  
　　　　（5）公司在华竞争分析  
　　　　7.3.3 美国汤米&#8226;希尔费格（Tommy Hilfiger）  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营业绩  
　　　　（4）公司经营战略  
　　　　（5）公司在华竞争分析  
　　　　7.3.4 美国李维斯（Levi s）  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营业绩  
　　　　（4）公司经营战略  
　　　　（5）公司在华竞争分析  
　　　　7.3.5 美国Lee  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营业绩  
　　　　（4）公司经营战略  
　　　　（5）公司在华竞争分析  
  
第八章 中^智^林^－中国男装品牌企业经营情况分析  
　　8.1 中国男士正装领先企业经营情况分析  
　　　　8.1.1 罗蒙集团股份有限公司  
　　　　（1）公司发展简介  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营策略  
　　　　（4）公司经营情况分析  
　　　　（5）公司经营优劣势  
　　　　8.1.2 宁波杉杉股份有限公司  
　　　　（1）公司发展简介  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营策略  
　　　　（4）公司经营情况分析  
　　　　（5）公司经营优劣势  
　　　　8.1.3 浙江报喜鸟服饰股份有限公司  
　　　　（1）公司发展简介  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营策略  
　　　　（4）公司经营情况分析  
　　　　（5）公司经营优劣势  
　　　　8.1.4 金利来集团有限公司  
　　　　（1）公司发展简介  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营策略  
　　　　（4）公司经营情况分析  
　　　　（5）公司经营优劣势  
　　　　8.1.5 雅戈尔集团股份有限公司  
　　　　（1）公司发展简介  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营策略  
　　　　（4）公司经营情况分析  
　　　　（5）公司经营优劣势  
　　8.2 中国男士商务休闲装领先企业经营情况分析  
　　　　8.2.1 福建七匹狼实业股份有限公司  
　　　　（1）公司发展简介  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营策略  
　　　　（4）公司经营情况分析  
　　　　（5）公司经营优劣势  
　　　　8.2.2 九牧王股份有限公司  
　　　　（1）公司发展简介  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营策略  
　　　　（4）公司经营情况分析  
　　　　（5）公司经营优劣势  
　　　　8.2.3 劲霸男装股份有限公司  
　　　　（1）公司发展简介  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营策略  
　　　　（4）公司经营情况分析  
　　　　（5）公司经营优劣势  
　　　　8.2.4 福建柒牌集团有限公司  
　　　　（1）公司发展简介  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营策略  
　　　　（4）公司经营情况分析  
　　　　（5）公司经营优劣势  
　　　　8.2.5 利郎（中国）有限公司  
　　　　（1）公司发展简介  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营策略  
　　　　（4）公司经营情况分析  
　　　　（5）公司经营优劣势  
　　8.3 中国男士一般休闲与运动装领先企业经营情况分析  
　　　　8.3.1 卡宾服饰（中国）有限公司  
　　　　（1）公司发展简介  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营策略  
　　　　（4）公司经营情况分析  
　　　　（5）公司经营优劣势  
　　　　8.3.2 马克华菲（上海）商业有限公司  
　　　　（1）公司发展简介  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营策略  
　　　　（4）公司经营情况分析  
　　　　（5）公司经营优劣势  
　　　　8.3.3 广东恒威集团有限公司  
　　　　（1）公司发展简介  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营策略  
　　　　（4）公司经营情况分析  
　　　　（5）公司经营优劣势  
　　　　8.3.4 上海美特斯邦威服饰股份有限公司  
　　　　（1）公司发展简介  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营策略  
　　　　（4）公司经营情况分析  
　　　　（5）公司经营优劣势  
　　　　8.3.5 浙江森马服饰股份有限公司  
　　　　（1）公司发展简介  
　　　　（2）公司品牌与业务  
　　　　（3）公司经营策略  
　　　　（4）公司经营情况分析  
　　　　（5）公司经营优劣势  
　　8.4 中国男装电子商务品牌企业经营情况分析  
　　　　8.4.1 凡客诚品（VANCL）  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司主营业务  
　　　　（3）公司品牌定位  
　　　　（4）公司品牌营销  
　　　　（5）公司经营业绩  
　　　　8.4.2 斯波帝卡（Sportica）  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司主营业务  
　　　　（3）公司品牌定位  
　　　　（4）公司品牌营销  
　　　　（5）公司经营业绩  
　　　　8.4.3 玛萨玛索（Masa Maso）  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司主营业务  
　　　　（3）公司品牌定位  
　　　　（4）公司品牌营销  
　　　　（5）公司经营业绩  
　　　　8.4.4 Justyle  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司主营业务  
　　　　（3）公司品牌定位  
　　　　（4）公司品牌营销  
　　　　（5）公司经营业绩  
　　　　8.4.5 零号男  
　　　　（1）公司发展历程  
　　　　（2）公司主营业务  
　　　　（3）公司品牌定位  
　　　　（4）公司品牌营销  
　　　　（5）公司经营业绩  
  
图表目录  
　　图表 1：世界近现代男装发展  
　　图表 2：中国近现代男装发展  
　　图表 3：中国男装市场规模  
　　图表 4：2023-2029年全国男装零售额及零售量增速（单位：%）  
　　图表 5：2023-2029年男装市场品牌集中度（单位：%）  
　　图表 6：男裤市场集中度变化  
　　图表 7：男西装市场集中度变化  
　　图表 8：男衬衫市场集中度变化  
　　图表 9：2023年男装市场竞争格局（按品牌）  
　　图表 10：近几年男装排名变化  
　　图表 11：男装区域产业集群  
　　图表 12：波特五力模型  
　　图表 13：男装行业波特五力模型分析  
　　图表 14：2023-2029年中国纺织服装行业并购总金额  
　　图表 15：2023-2029年中国纺织服装行业并购案件数  
　　图表 16：2023-2029年中国纺织服装行业平均并购金额  
　　图表 17：国内男装品牌的多品类多系列格局  
　　图表 18：Hugo Boss的品牌延伸-水平延伸  
　　图表 19：Hugo Boss的品牌延伸-垂直延伸  
　　图表 20：Hugo Boss的品牌定位  
　　图表 21：Hugo Boss收入构成-按品牌  
　　图表 22：Armani的多品牌发展示意图  
　　图表 23：Armani品牌对不同层次消费群体的定位  
　　图表 24：Ralph Lauren的品牌延伸-水平延伸  
　　图表 25：Ralph Lauren的品牌延伸-垂直延伸  
　　图表 26：七匹狼品牌系列  
　　图表 27：报喜鸟多品牌家架构图  
　　图表 28：国内男装领先品牌店铺数量  
　　图表 29：国内外主要男装渠道平效比较  
　　图表 30：男装子行业渠道扩张空间  
　　图表 31：2023年男装网购市场规模  
　　图表 32：男装网购的季节性特征  
　　图表 33：男性网购服装三大关键词  
　　图表 34：2023年“双十一”淘宝男装销量TOP10全为传统线下品牌  
　　图表 35：传统男装品牌线上经营情况  
　　图表 36：男装传统品牌上线往往带有线下经营模式的烙印  
　　图表 37：男装淘品牌线上经营情况  
　　图表 38：国内男装各零售渠道销售额占比变动  
　　图表 39：商场专柜优劣分析  
　　图表 40：专卖店渠道优劣分析  
　　图表 41：不同品牌定位男装渠道策略  
　　图表 42：罗蒙集团股份有限公司优劣势分析  
　　图表 43：宁波杉杉股份有限公司优劣势分析  
　　图表 44：浙江报喜鸟服饰股份有限公司优劣势分析  
　　图表 45：金利来集团有限公司优劣势分析  
　　图表 46：雅戈尔集团股份有限公司优劣势分析  
　　图表 47：江苏红豆实业股份有限公司优劣势分析  
　　图表 48：虎都（中国）服饰有限公司优劣势分析  
　　图表 49：浙江步森服饰股份有限公司优劣势分析  
　　图表 50：湖北美尔雅股份有限公司优劣势分析  
　　图表 51：希努尔男装股份有限公司优劣势分析  
　　图表 52：大连大杨创世股份有限公司优劣势分析  
　　图表 53：常州普灵仕制衣有限公司优劣势分析  
　　图表 54：浙江乔治白服饰股份有限公司优劣势分析  
　　图表 55：法派集团有限公司优劣势分析  
　　图表 56：江苏虎豹集团有限公司优劣势分析  
　　图表 57：才子服饰股份有限公司优劣势分析  
　　图表 58：宁波洛兹集团有限公司优劣势分析  
　　图表 59：庄吉集团有限公司优劣势分析  
　　图表 60：长兴国际（集团）控股有限公司优劣势分析  
　　图表 61：上海海螺服饰有限公司优劣势分析  
　　图表 62：上海培罗蒙西服公司优劣势分析  
　　图表 63：青岛红领服饰股份有限公司优劣势分析  
　　图表 64：乔顿集团有限公司优劣势分析  
　　图表 65：宁波培罗成集团有限公司优劣势分析  
　　图表 66：佛山市顺德区胜百利服装有限公司优劣势分析  
　　图表 67：北京威克多制衣中心优劣势分析  
　　图表 68：福建七匹狼实业股份有限公司优劣势分析  
　　图表 69：九牧王股份有限公司优劣势分析  
　　图表 70：劲霸男装股份有限公司优劣势分析  
　　图表 71：福建柒牌集团有限公司优劣势分析  
　　图表 72：利郎（中国）有限公司优劣势分析  
　　图表 73：太子龙控股集团有限公司优劣势分析  
　　图表 74：广州卡奴迪路服饰股份有限公司优劣势分析  
　　图表 75：海澜之家服饰股份有限公司优劣势分析  
　　图表 76：石狮市大帝集团有限公司优劣势分析  
　　图表 77：福建省爱都阳光服饰有限公司优劣势分析  
　　图表 78：福建石狮市富贵鸟集团有限公司优劣势分析  
　　图表 79：福建诺奇股份有限公司优劣势分析  
　　图表 80：波司登国际控股有限公司优劣势分析  
　　图表 81：石狮市爱登堡制衣发展有限公司优劣势分析  
　　图表 82：汤尼威尔（上海）服饰有限公司优劣势分析  
　　图表 83：广东波顿时装有限公司优劣势分析  
　　图表 84：山东岱银纺织集团股份有限公司优劣势分析  
　　图表 85：东莞七好服饰有限公司优劣势分析  
　　图表 86：卡宾服饰（中国）有限公司优劣势分析  
　　图表 87：马克华菲（上海）商业有限公司优劣势分析  
　　图表 88：广东恒威集团有限公司优劣势分析  
　　图表 89：上海美特斯邦威服饰股份有限公司优劣势分析  
　　图表 90：浙江森马服饰股份有限公司优劣势分析  
　　图表 91：德永佳集团有限公司优劣势分析  
　　图表 92：旭日企业有限公司优劣势分析  
　　图表 93：东莞市以纯集团有限公司优劣势分析  
　　图表 94：温州市拜丽德集团有限公司优劣势分析  
　　图表 95：堡狮龙国际集团有限公司优劣势分析  
　　图表 96：佐丹奴国际有限公司优劣势分析  
　　图表 97：山西百圆裤业连锁经营股份有限公司优劣势分析  
　　图表 98：广东百斯盾服饰有限公司优劣势分析  
　　图表 99：北京探路者户外用品股份有限公司优劣势分析  
　　图表 100：李宁有限公司优劣势分析  
　　图表 101：安踏体育用品有限公司优劣势分析  
　　图表 102：乔丹体育股份有限公司优劣势分析  
　　图表 103：鸿星尔克体育用品有限公司优劣势分析  
　　图表 104：匹克体育用品有限公司优劣势分析  
　　图表 105：特步国际控股有限公司优劣势分析  
　　图表 106：贵人鸟股份有限公司优劣势分析  
　　图表 107：凡客诚品销售收入增长情况  
　　图表 108：凡客诚品优劣势分析  
　　图表 109：斯波帝卡销售收入增长情况  
　　图表 110：2023-2029年斯波帝卡销售收入增长情况  
　　图表 111：2023年斯波帝卡销售收入分布  
　　图表 112：斯波帝卡（Sportica）优劣势分析  
　　图表 113：玛萨玛索（Masa Maso）优劣势分析  
　　图表 114：Justyle优劣势分析  
　　图表 115：零号男优劣势分析  
　　图表 116：衣品天成（Eptison）优劣势分析  
　　图表 117：迪尔马奇（DEERE MARCHI）优劣势分析  
略……

了解《[2023-2029年中国男装行业发展深度调研与未来趋势预测报告](https://www.20087.com/5/12/NanZhuangWeiLaiFaZhanQuShi.html)》，报告编号：2578125，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/5/12/NanZhuangWeiLaiFaZhanQuShi.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！