

2016-2022年中国内衣市场 调查与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国内衣市场调查与发展趋势研究报告》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.abaogao.com/b/fuzhuang/774128Y4GP.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

目前，内衣市场分类繁多，按照性别可分为男性内衣和女性内衣；按照人的成长阶段可分为儿童内衣、成人内衣及老年内衣；按照穿着部位又可分为汗衫和内裤等。内衣，主要指穿在里层的服装，通常是直接接触皮肤穿着，是人们必需的服饰之一。广义上讲，内衣包括文胸、内裤、塑身衣、保暖衣、运动内衣、泳衣、睡衣、家居服、浴衣等，具有卫生、矫正体型、保暖、增加自信等功能；狭义上讲，内衣通常指文胸、内裤和塑身衣等。

在内衣市场上，文胸占据了内衣消费的60%。是内衣的重中之重。内裤的主要市场是男士内裤，未来发展潜力巨大。家居服的竞争不在于品牌之间的竞争，而在于消费者对家居服品类的认知。保暖内衣经历了疯狂的广告轰炸之后，回归沉寂，开始思考新的盈利增长点。塑身内衣尚未有统一的名称，叫法不一但并未真正满足消费者的需求。情趣内衣在保守的中国人面前，像一团被埋在地下的烈火，伺机喷薄而出。

2009年中国内衣市场销售收入总额为1137亿元，到2013年国内内衣市场规模达到1944亿元，复合年增长率为14.4%，2014年我国内衣市场规模达到2250亿元。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国内衣市场调查与发展趋势研究报告》共十四章。首先介绍了内衣行业发展环境以及全球内衣产业发展现状，接着分析了中国内衣行业规模及消费需求，然后对中国内衣行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国内衣行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国内衣行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分内衣产业环境透视 1

第一章内衣行业发展综述 1

第一节内衣行业相关概念概述 1

一、行业概念及定义 1

二、行业主要产品分类 1

第二节最近3-5年中国内衣行业经济指标分析 4

一、赢利性	4
二、成长速度	5
三、附加值的提升空间	5
四、进入壁垒 / 退出机制	6
五、风险性	7
六、行业周期	7
七、竞争激烈程度指标	8
八、行业及其主要子行业成熟度分析	9
第三节内衣行业产业链分析	10
一、中国内衣行业产业链简介	10
二、行业上游发展状况	11
三、上游行业对内衣行业的影响	12
第二章内衣行业市场环境及影响分析（PEST）	16
第一节内衣行业政治法律环境（P）	16
一、行业管理体制分析	16
二、行业主要法律法规	16
三、内衣行业相关标准	17
四、行业相关发展规划	18
五、政策环境对行业的影响	18
第二节行业经济环境分析（E）	19
一、宏观经济形势分析	19
二、宏观经济环境对行业的影响分析	26
第三节行业社会环境分析（S）	27
一、内衣产业社会环境	27
二、社会环境对行业的影响	35
三、内衣产业发展对社会发展的影响	36
第四节行业技术环境分析（T）	37
一、内衣技术分析	37
二、内衣技术发展水平	37
三、2016-2022年内衣技术发展分析	40
四、行业主要技术发展趋势	41

五、技术环境对行业的影响 42

第二部分内衣行业深度分析 44

第三章我国内衣行业运行现状分析 44

第一节我国内衣行业发展状况分析 44

一、我国内衣行业发展阶段 44

二、我国内衣行业发展总体概况 47

三、我国内衣行业发展特点分析 49

四、内衣行业经营模式分析 51

第二节2014-2015年内衣行业发展现状 55

一、2014-2015年我国内衣行业市场规模 55

1、我国内衣营业规模分析 55

内衣，指人们所穿紧贴肌肤或衬于其它衣服下的服饰类型，一般由棉、黏胶短纤维、涤纶、尼龙、腈纶、氨纶及其它材料制成。内衣产品可划分为若干类别，包括胸围、内裤、贴身运动服及其它。

国际知名市场调研机构弗若斯特沙利文报告显示，2009年至2014年，全球贴身内衣行业零售总值自2,382亿美元增至3,269亿美元，同期复合年增长率为6.5%。估计于2019年，全球内衣行业零售总值将达4,639亿美元，即2014年至2019年复合年增长率为7.3%。下图载列所示期间全球内衣的实际及估计行业零售总值。

2、我国内衣产能规模分析 56

二、2014-2015年我国内衣行业发展分析 57

1、我国内衣行业发展情况分析 57

2、我国内衣行业研发情况分析 57

三、2014-2015年中国内衣企业发展分析 57

1、中外内衣企业对比分析 57

如今，所有内衣品牌无不使出浑身解数以性感的模特进行抢眼的广告宣传，强调内衣面料质地以及独特的主题设计。相应地，中国女性对性感的广告也持越来越开放的态度，愿意花时间与售货员或朋友公开讨论，以选出最适合自己的内衣。

这些变化或多或少受到进入中国的外资内衣品牌的影响。遗憾的是，外资品牌却没能控制国内内衣市场。换句话说，中国没有一个占绝对主导地位的品牌，比如：法国的仙黛尔、美国的维多利亚秘密或英国的玛莎。这恰恰为国内外品牌提供了抢占巨大的市场份额的绝好时机

。目前，中国的内衣行业高度分散，主要竞争者仅占整个市场规模的不到5%。

2、我国内衣主要企业动态分析 59

第三节2014-2015年内衣市场情况分析 61

一、2014-2015年中国内衣市场总体概况 61

内衣行业从发展起步至今，已成为目前中国服装界最具发展前景的行业之一。从最初的羞于谈内衣，到现在，内衣已经成为个人消费的重点。内衣消费逐渐时尚化、个性化、多元化。中国人的内衣消费观点不断升级，推动着内衣行业的发展。

二、2014-2015年中国内衣产品市场发展分析 61

第四章我国内衣行业整体运行指标分析 62

第一节2016-2022年中国内衣所属行业总体规模分析 62

一、企业数量结构分析 62

二、人员规模状况分析 62

三、行业资产规模分析 62

四、行业市场规模分析 63

第二节2016-2022年中国内衣行业财务指标总体分析 63

一、行业盈利能力分析 63

二、行业偿债能力分析 64

三、行业营运能力分析 64

四、行业发展能力分析 64

第三节我国内衣市场供需分析 65

一、2014-2015年我国内衣行业供给情况 65

1、我国内衣行业供给分析 65

2、我国内衣行业产量规模分析 65

3、重点市场占有份额 66

二、2014-2015年我国内衣行业需求情况 67

1、内衣行业需求市场 67

2、内衣行业客户结构 68

3、内衣行业需求的地区差异 69

三、2014-2015年我国内衣行业供需平衡分析 69

第四节内衣行业进出口市场分析	70
一、内衣行业进出口综述	70
二、内衣行业出口市场分析	71
1、2014-2015年行业出口整体情况	71
2、2014-2015年行业出口总额分析	72
三、内衣行业进口市场分析	72
1、2014-2015年行业进口整体情况	72
2、2014-2015年行业进口总额分析	73
第三部分内衣市场全景调研	74
第五章中国内衣行业细分市场投资潜力	74
第一节中国内衣行业细分市场投资潜力分析	74
一、女性内衣市场规模与投资潜力	74
1、女性内衣市场发展规模分析	74
2、女性内衣市场增长速度分析	75
3、女性内衣市场竞争格局分析	76
4、女性内衣市场投资潜力分析	77
二、男性内衣市场规模与投资潜力	77
1、男性内衣市场发展规模分析	77
2、男性内衣市场增长速度分析	78
3、男性内衣市场竞争格局分析	79
4、男性内衣市场投资机会分析	80
三、少女内衣市场规模与投资潜力	81
1、少女内衣市场发展规模分析	81
2、少女内衣市场增长速度分析	81
3、少女内衣市场竞争程度分析	82
4、少女内衣市场投资机会分析	82
四、孕妇内衣市场规模与投资潜力	84
1、孕妇内衣市场发展规模分析	84
2、孕妇内衣市场增长速度分析	84
3、孕妇内衣市场投资机会分析	85
五、儿童内衣市场规模与投资潜力	86

1、儿童内衣市场发展规模分析	86
2、儿童内衣市场竞争格局分析	87
3、儿童内衣市场投资机会分析	89
六、情趣内衣市场规模与投资潜力	89
1、情趣内衣市场发展现状分析	89
2、情趣内衣市场竞争格局分析	90
3、情趣内衣市场投资机会分析	91
第二节中国内衣行业主要产品市场规模分析	92
一、文胸市场发展规模与趋势分析	92
1、文胸市场规模与容量分析	92
2、文胸市场竞争格局分析	92
3、文胸市场消费特点分析	93
4、文胸市场营销策略分析	93
5、文胸市场发展趋势分析	93
二、内裤市场发展规模与趋势分析	94
1、内裤市场规模与容量分析	94
作为消耗品的内裤，平均每人每年大约则消耗3条~10条内裤，我国有十几亿人口，市场也是比较可观的。在我国，内衣尤其是小内衣是一个有很大增长潜力的产业，也是一个被长期忽视的市场。	
2、内裤市场竞争格局分析	94
3、内裤市场消费特点分析	95
4、内裤市场营销策略分析	97
5、内裤市场发展趋势分析	98
三、保暖内衣市场发展规模与趋势分析	98
1、保暖内衣市场发展阶段分析	98
2、保暖内衣市场竞争格局分析	99
3、保暖内衣市场消费特点分析	99
4、保暖内衣市场营销策略分析	100
5、保暖内衣市场发展趋势分析	102
四、塑身内衣市场发展规模与趋势分析	102
1、塑身内衣市场规模与容量分析	102

- 2、塑身内衣市场竞争格局分析 102
- 3、塑身内衣市场消费特点分析 103
- 4、塑身内衣市场营销策略分析 113
- 5、塑身内衣市场发展趋势分析 117
- 五、家居服市场发展规模与趋势分析 118
 - 1、家居服市场竞争格局分析 118
 - 2、家居服市场消费特点分析 119
 - 3、家居服市场营销策略分析 120
 - 4、家居服市场发展趋势分析 122

第六章中国内衣行业销售渠道与发展策略分析 123

第一节内衣行业销售渠道分析 123

一、内衣销售渠道发展概况 123

1、内衣销售渠道发展阶段 123

2、内衣销售渠道发展特点 123

二、内衣主要销售渠道分析 124

第二节内衣行业电子商务分析 126

一、中国电子商务发展现状 126

1、我国电子商务发展规模 126

2、我国电子商务物流建设 126

3、我国电子商务发展趋势 129

二、内衣行业电子商务分析 129

1、服装行业电子商务规模分析 129

2、内衣行业电子商务规模现状 130

三、内衣行业电子商务案例分析 131

第三节内衣企业渠道发展策略分析 134

一、内衣品牌代理商心理分析 134

二、内衣行业渠道发展趋势与创新 135

1、内衣行业渠道发展趋势 135

2、内衣行业渠道创新分析 135

第四部分内衣行业竞争格局分析 136

第七章中国内衣行业重点区域市场发展分析 136

第一节珠三角内衣产业发展分析 136

一、深圳内衣产业发展分析 136

1、深圳内衣产业发展概况 136

2、深圳内衣产业品牌分布 138

3、深圳内衣产业集群状况 139

4、深圳内衣产业发展特点 143

5、深圳内衣产业发展趋势 144

二、汕头内衣产业发展分析 145

1、汕头内衣产业发展概况 145

2、汕头内衣产业集群状况 145

3、汕头内衣产业品牌分布 147

4、汕头内衣产业主要问题 147

5、汕头内衣产业变革分析 148

6、汕头内衣产业发展趋势 149

三、南海盐步内衣产业发展分析 150

1、南海盐步内衣产业发展概况 150

2、南海盐步内衣市场品牌分布 151

3、南海盐步内衣行业发展瓶颈 152

4、南海盐步内衣行业创新策略 152

5、南海盐步内衣行业发展趋势 153

四、中山小榄内衣产业发展分析 153

1、中山小榄内衣产业发展概况 153

2、中山小榄内衣市场品牌分布 155

3、中山小榄内衣行业主要问题 156

4、中山小榄内衣行业发展趋势 156

第二节长三角内衣产业发展分析 157

一、浙江义乌内衣产业发展分析 157

1、浙江义乌内衣产业发展概况 157

2、浙江义乌内衣产业品牌分布 158

3、浙江义乌内衣行业发展趋势 158

二、江苏顾山内衣产业发展分析 159

1、江苏顾山内衣产业发展概况	159
2、江苏顾山内衣产业品牌分布	160
3、江苏顾山内衣行业发展趋势	161
第三节其他地区内衣市场发展分析	163
一、北京内衣市场发展分析	163
1、北京内衣市场发展概况	163
2、北京内衣市场消费特征	163
二、石狮深沪镇内衣市场发展分析	167
1、石狮深沪镇内衣市场发展概况	167
2、石狮深沪镇内衣市场品牌分布	168
第八章2016-2022年内衣行业竞争形势及策略	170
第一节行业总体市场竞争状况分析	170
一、内衣行业竞争结构分析	170
1、现有企业间竞争	170
2、潜在进入者分析	170
3、替代品威胁分析	171
4、供应商议价能力	171
5、客户议价能力	172
6、竞争结构特点总结	172
二、内衣行业企业间竞争格局分析	174
三、内衣行业集中度分析	175
四、内衣行业SWOT分析	176
第二节中国内衣行业竞争格局综述	177
一、内衣行业竞争概况	177
二、中国内衣行业竞争力分析	177
三、中国内衣竞争力优势分析	178
四、内衣行业主要企业竞争力分析	179
第三节2016-2022年内衣行业竞争格局分析	188
一、2016-2022年国内外内衣竞争分析	188
二、2016-2022年我国内衣市场竞争分析	188
三、2016-2022年我国内衣市场集中度分析	190

四、2016-2022年国内主要内衣企业动向 190

第四节内衣市场竞争策略分析 192

第九章2016-2022年内衣行业领先企业经营形势分析 198

第一节黛安芬国际集团有限公司 198

一、企业发展简况分析 198

二、企业经营情况分析 199

三、企业销售渠道与网络 200

四、企业经营状况优劣势分析 200

第二节安莉芳（中国）服装有限公司 200

一、企业发展简况分析 200

二、企业经营情况分析 201

三、企业销售渠道与网络 202

四、企业经营状况优劣势分析 202

第三节江苏AB集团股份有限公司 203

一、企业发展简况分析 203

二、企业经营情况分析 203

三、企业销售渠道与网络 205

四、企业经营状况优劣势分析 205

第四节广东曼妮芬服装有限公司 205

一、企业发展简况分析 205

二、企业经营情况分析 206

三、企业销售渠道与网络 207

四、企业经营状况优劣势分析 207

第五节上海古今内衣制造有限公司 208

一、企业发展简况分析 208

二、企业经营情况分析 209

三、企业销售渠道与网络 210

四、企业经营状况优劣势分析 210

第六节奥丽依（集团）内衣有限公司 211

一、企业发展简况分析 211

二、企业经营情况分析 211

三、企业销售渠道与网络	212
四、企业经营状况优劣势分析	213
第七节上海欧迪芬内衣精品有限公司	214
一、企业发展简况分析	214
二、企业经营情况分析	214
三、企业销售渠道与网络	215
四、企业经营状况优劣势分析	215
第八节广东美思内衣有限公司	216
一、企业发展简况分析	216
二、企业经营情况分析	216
三、企业销售渠道与网络	218
四、企业经营状况优劣势分析	218
第九节华歌尔（中国）时装有限公司	218
一、企业发展简况分析	218
二、企业经营情况分析	219
三、企业销售渠道与网络	220
四、企业经营状况优劣势分析	221
第十节广东嘉莉诗（国际）服装有限公司	221
一、企业发展简况分析	221
二、企业经营情况分析	221
三、企业销售渠道与网络	223
四、企业经营状况优劣势分析	223
第五部分内衣行业发展前景展望	224
第十章2016-2022年内衣行业前景及趋势预测	224
第一节2016-2022年内衣市场发展前景	224
一、2016-2022年内衣市场发展潜力	224
二、2016-2022年内衣市场发展前景展望	224
三、2016-2022年内衣细分行业发展前景分析	225
第二节2016-2022年内衣市场发展趋势预测	225
一、2016-2022年内衣行业发展趋势	225
二、2016-2022年内衣市场规模预测	227

三、2016-2022年内衣行业应用趋势预测	227
四、2016-2022年细分市场发展趋势预测	227
第三节2016-2022年中国内衣行业供需预测	228
一、2016-2022年中国内衣行业供给预测	228
二、2016-2022年中国内衣行业产量预测	229
三、2016-2022年中国内衣行业销量预测	229
四、2016-2022年中国内衣行业需求预测	230
五、2016-2022年中国内衣行业供需平衡预测	230
第四节影响企业生产与经营的关键趋势	231
一、市场整合成长趋势	231
二、需求变化趋势及新的商业机遇预测	231
三、企业区域市场拓展的趋势	232
四、科研开发趋势及替代技术进展	232
五、影响企业销售与服务方式的关键趋势	232
第十一章2016-2022年内衣行业投资机会与风险防范	234
第一节内衣行业投融资情况	234
一、行业资金渠道分析	234
二、兼并重组情况分析	234
三、内衣行业投资现状分析	235
第二节2016-2022年内衣行业投资机会	236
一、产业链投资机会	236
二、细分市场投资机会	236
三、重点区域投资机会	237
四、内衣行业投资机遇	237
第三节2016-2022年内衣行业投资风险及防范	238
一、政策风险及防范	238
二、技术风险及防范	239
三、供求风险及防范	239
四、宏观经济波动风险及防范	239
五、关联产业风险及防范	240
六、产品结构风险及防范	240

七、其他风险及防范	241
第四节中国内衣行业投资建议	241
一、内衣行业未来发展方向	241
二、内衣行业主要投资建议	242
三、中国内衣企业融资分析	242
第六部分内衣行业发展战略研究	245
第十二章2016-2022年内衣行业面临的困境及对策	245
第一节2015年内衣行业面临的困境	245
第二节内衣企业面临的困境及对策	245
一、重点内衣企业面临的困境及对策	245
二、中小内衣企业发展困境及策略分析	247
三、国内内衣企业的出路分析	249
第三节中国内衣行业存在的问题及对策	254
一、中国内衣行业存在的问题	254
二、内衣行业发展的建议对策	254
三、市场的重点客户战略实施	255
1、实施重点客户战略的必要性	255
2、合理确立重点客户	256
3、重点客户战略管理	257
4、重点客户管理功能	257
第四节中国内衣市场发展面临的挑战与对策	258
一、中国内衣市场发展面临的挑战	258
二、中国内衣市场发展对策分析	258
第十三章内衣行业发展战略研究	260
第一节内衣行业发展战略研究	260
一、战略综合规划	260
二、技术开发战略	260
三、业务组合战略	260
四、区域战略规划	260
五、产业战略规划	261

六、营销品牌战略	262
七、竞争战略规划	262
第二节对我国内衣品牌的战略思考	262
一、内衣品牌的重要性	262
二、内衣实施品牌战略的意义	263
三、内衣企业品牌的现状分析	263
四、我国内衣企业的品牌战略	265
五、内衣品牌战略管理的策略	266
第三节内衣经营策略分析	267
一、内衣市场细分策略	267
二、内衣市场创新策略	268
三、品牌定位与品类规划	273
四、内衣新产品差异化战略	273
第四节内衣行业投资战略研究	273
一、2015年内衣行业投资战略	273
二、2016-2022年内衣行业投资战略	274
三、2016-2022年细分行业投资战略	277
第十四章数据研究结论及发展建议	279
第一节内衣行业研究结论及建议	279
第二节内衣子行业研究结论及建议	280
第三节内衣行业发展建议	283
一、行业发展策略建议	283
二、行业投资方向建议	283
QCQ-219三、行业投资方式建议	283

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/774128Y4GP.html>