

# 2018-2024年中国内衣行业 市场监测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](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国内衣行业市场监测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/fangzhi/l5853261FS.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

报告目录：

### 第一章 内衣行业特征及产业链分析

#### 1.1 内衣的基本界定

##### 1.1.1 内衣的定义

##### 1.1.2 内衣的种类

#### 1.2 内衣行业的基本特点

##### 1.2.1 劳动密集型产业

##### 1.2.2 产品季节性强

##### 1.2.3 产品具有时尚性

##### 1.2.4 产品具有时效性

##### 1.2.5 具有品牌效应

##### 1.2.6 产品易被模仿

##### 1.2.7 技术含量高

##### 1.2.8 相关产业多

#### 1.3 行业产业链分析

##### 1.3.1 产业链简况

##### 1.3.2 上游产业的发展

##### 1.3.3 下游产业的发展

### 第二章 2016-2017年国际内衣市场发展分析

#### 2.1 世界内衣市场发展总体分析

##### 2.1.1 市场发展态势

##### 2.1.2 行业发展特征

##### 2.1.3 市场发展新动向

#### 2.2 美国内衣市场发展分析

##### 2.2.1 市场销售状况

##### 2.2.2 消费市场特征

##### 2.2.3 消费者行为分析

##### 2.2.4 生产商经营现状

## 2.3 欧洲地区内衣市场发展分析

### 2.3.1 西班牙

### 2.3.2 英国

### 2.3.3 法国

### 2.3.4 俄罗斯

## 2.4 其他地区内衣市场发展分析

### 2.4.1 亚太市场

### 2.4.2 日本

### 2.4.3 澳洲

## 第三章 2016-2017年中国内衣产业发展环境分析

### 3.1 经济环境分析

#### 3.1.1 全球经济发展形势

#### 3.1.2 全球经济环境对中国的影响

#### 3.1.3 中国宏观经济发展现状

#### 3.1.4 中国宏观经济发展趋势

### 3.2 社会环境分析

#### 3.2.1 人口环境分析

#### 3.2.2 收入及消费水平

#### 3.2.3 教育状况分析

#### 3.2.4 内衣消费观现状

### 3.3 政策环境分析

#### 3.3.1 行业监管体系

#### 3.3.2 主要法律法规

#### 3.3.3 行业相关政策

### 3.4 内衣行业技术环境分析

#### 3.4.1 整体内衣行业技术水平状况

#### 3.4.2 女性调整型内衣的技术应用

#### 3.4.3 无缝内衣的工艺状况介绍

#### 3.4.4 运动型内衣的选材及技术重点

## 第四章 2016-2017年中国内衣行业深度剖析

### 4.1 2016-2017年中国内衣行业发展综述

#### 4.1.1行业总体发展分析

#### 4.1.2 市场销售规模状况

#### 4.1.3 内衣行业利润状况

#### 4.1.4 主要生产商介绍

### 4.2 中国内衣市场发展特征

#### 4.2.1 区域发展不平衡

#### 4.2.2 层次化分流

#### 4.2.3 外资品牌占有率高

#### 4.2.4 消费趋于时尚

### 4.3 中国内衣行业存在的问题探析

#### 4.3.1 低层次竞争

#### 4.3.2 品牌营销水平不高

#### 4.3.3 产品设计开发能力不足

#### 4.3.4 资源整合能力不强

### 4.4 开拓中国内衣市场发展战略分析

#### 4.4.1 规范化运作

#### 4.4.2 系统化营销

#### 4.4.3 产品创新升级

#### 4.4.4 创新营销模式

#### 4.4.5 改变低层次竞争格局

## 第五章 2016-2017年内衣热点细分市场深度分析

### 5.1 女性内衣市场分析

#### 5.1.1消费需求分析

#### 5.1.2 市场品牌格局

#### 5.1.3 市场区域战略定位

#### 5.1.4 市场发展的新趋向

### 5.2 男士内衣市场分析

- 5.2.1 市场发展态势
- 5.2.2 市场消费特征
- 5.2.3 市场品牌格局
- 5.2.4 品牌打造策略分析
- 5.3 保暖内衣市场分析
  - 5.3.1 市场发展历程
  - 5.3.2 消费者的需求分析
  - 5.3.3 市场品牌格局
  - 5.3.4 市场的发展措施
- 5.4 针织内衣市场分析
  - 5.4.1 市场发展状况
  - 5.4.2 政策动态
  - 5.4.3 存在的问题
- 5.5 睡衣市场发展分析
  - 5.5.1 市场发展态势
  - 5.5.2 市场发展特征
  - 5.5.3 市场品牌分析
- 5.6 家居服市场分析
  - 5.6.1 产业发展概况
  - 5.6.2 市场格局分析
  - 5.6.3 市场需求点
  - 5.6.4 市场存在的问题
  - 5.6.5 品牌的突围路径

## 第六章 2016-2017年内衣市场消费分析

- 6.1 2016-2017年内衣市场消费概况
  - 6.1.1 消费者品牌观念分析
  - 6.1.2 行业逐渐步入网络消费时代
  - 6.1.3 新型材料成消费市场新宠
- 6.2 2016-2017年内衣消费者分析
  - 6.2.1 消费的目的

- 6.2.2 消费者分类
- 6.2.3 购买频率分析
- 6.2.4 影响购买行为的因素
- 6.2.5 消费心理及营销措施
- 6.3 2016-2017年中国女性体型及内衣消费特点研析
  - 6.3.1 不同年龄段的女性体型变化概述
  - 6.3.2 不同地区女性的体型特征差异
  - 6.3.3 不同地区女性的内衣消费偏好
  - 6.3.4 女性内衣消费特点调查分析
- 6.4 上海和香港地区女性内衣消费行为对比分析
  - 6.4.1 人均保有量
  - 6.4.2 消费支出
  - 6.4.3 消费渠道
  - 6.4.4 品牌的选择
  - 6.4.5 颜色的选择
  - 6.4.6 面料材质的选择
- 6.5 内衣消费市场的潜力与趋势分析
  - 6.5.1 消费潜力分析
  - 6.5.2 市场消费趋势

## 第七章 2016-2017年内衣进出口贸易分析

- 7.1 国内外内衣的分类、标准差异
  - 7.1.1 内衣类产品的分类比较
  - 7.1.2 中美内衣类产品标准的比较剖析
  - 7.1.3 中欧内衣类产品标准的比较剖析
  - 7.1.4 中日内衣类产品标准的比较剖析
- 7.2 部分国家内衣进口情况
  - 7.2.1 美国
  - 7.2.2 欧盟
  - 7.2.3 日本
  - 7.2.4 俄罗斯

- 7.3 2016-2017年中国内衣进出口数据分析
  - 7.3.1 2016-2017年主要贸易国内衣进口市场分析
  - 7.3.2 2016-2017年主要贸易国内衣出口市场分析
  - 7.3.3 2016-2017年主要省份内衣进口市场分析
  - 7.3.4 2016-2017年主要省份内衣出口市场分析
- 7.4 2016-2017年中国内衣出口的SWOT分析
  - 7.4.1 内衣出口优势分析
  - 7.4.2 内衣出口劣势分析
  - 7.4.3 内衣出口机会分析
  - 7.4.4 内衣出口威胁分析
- 7.5 2016-2017年中国内衣出口的问题及对策探讨
  - 7.5.1 质量问题
  - 7.5.2 专利问题
  - 7.5.3 文化差异问题
  - 7.5.4 健康消费问题
  - 7.5.5 出口企业的对策建议

## 第八章 2016-2017年内衣重点区域市场及产业集群区发展分析

- 8.1 浙江
  - 8.1.1 市场品牌状况
  - 8.1.2 市场渠道发展状况
  - 8.1.3 重点县市发展状况
- 8.2 广东汕头
  - 8.2.1 市场发展态势
  - 8.2.2 市场规模状况
  - 8.2.3 海外市场的拓展
  - 8.2.4 电子商务市场状况
- 8.3 深圳
  - 8.3.1 行业政策环境
  - 8.3.2 行业发展态势
  - 8.3.3 产业发展优势



- 8.3.4 行业发展规模
- 8.4 江阴顾山镇
  - 8.4.1 产业发展现况
  - 8.4.2 产业发展的优势
  - 8.4.3 产业集群发展的战略举措
- 8.5 南海盐步
  - 8.5.1 行业政策环境
  - 8.5.2 行业发展态势
  - 8.5.3 产业规模状况
  - 8.5.4 面临的问题
  - 8.5.5 产业发展的思路
- 8.6 中国内衣主要产业基地介绍
  - 8.6.1 广东汕头潮阳
  - 8.6.2 广东南海盐步
  - 8.6.3 广东深圳公明
  - 8.6.4 广东中山小榄
  - 8.6.5 福建晋江深沪

## 第九章 2016-2017年内衣市场品牌格局分析

- 9.1 中国内衣市场品牌状况
  - 9.1.1 中国内衣市场国内外品牌发展态势
  - 9.1.2 中国内衣品牌与国际品牌差距逐步缩小
  - 9.1.3 中高档内衣品牌发展困境及对策
- 9.2 中国内衣细分行业品牌格局分析
  - 9.2.1 针织内衣裤市场十大品牌
  - 9.2.2 女性内衣市场十大品牌
  - 9.2.3 高档女性内衣市场五大品牌
  - 9.2.4 保暖内衣市场十大知名品牌
- 9.3 知名国际内衣品牌
  - 9.3.1 LA PERLA
  - 9.3.2 Chantelle

- 9.3.3 黛安芬
- 9.3.4 华歌尔
- 9.3.5 安莉芳
- 9.3.6 欧迪芬
- 9.4 主要国内胸衣品牌
  - 9.4.1 爱慕
  - 9.4.2 曼妮芬
  - 9.4.3 百利安
  - 9.4.4 桑扶兰
  - 9.4.5 古今
  - 9.4.6 诗曼芬

## 第十章 2016-2017年内衣市场竞争态势分析

- 10.1 内衣市场竞争格局分析
  - 10.1.1 市场集中度状况
  - 10.1.2 区域分布状况
- 10.2 内衣市场品牌竞争态势分析
  - 10.2.1 中外品牌激战中国内衣市场
  - 10.2.2 我国内衣行业品牌竞争升级
  - 10.2.3 我国二线内衣品牌竞争日趋激烈
  - 10.2.4 内衣品牌企业的竞争攻略
- 10.3 国际高端品牌进军中国内衣市场动态
  - 10.3.1 国际高端内衣品牌进入状况
  - 10.3.2 法国奢侈内衣品牌看好国内市场
  - 10.3.3 西班牙顶级内衣品牌抢滩国内市场

## 第十一章 内衣市场销售渠道分析

- 11.1 中国内衣市场渠道概况
  - 11.1.1 市场渠道总析
  - 11.1.2 流通渠道特点

- 11.2 中国内衣市场主要渠道解析
  - 11.2.1 大型商场
  - 11.2.2 内衣专卖店
  - 11.2.3 大型批发市场
  - 11.2.4 邮购
  - 11.2.5 街头小店
  - 11.2.6 网络平台
- 11.3 中国内衣市场电子商务渠道分析
  - 11.3.1 内衣电子商务市场发展现状
  - 11.3.2 内衣电子商务渠道市场份额
  - 11.3.3 主要电商平台内衣销售状况
  - 11.3.4 内衣电商品牌经验借鉴
- 11.4 内衣市场渠道发展趋势
  - 11.4.1 复合营销网络
  - 11.4.2 实施品牌经营
  - 11.4.3 无店销售
  - 11.4.4 与零售业结成联盟
  - 11.4.5 直销
  - 11.4.6 专业化销售

## 第十二章 2016-2017年内衣市场营销模式分析

- 12.1 内衣市场营销模式探讨
  - 12.1.1 营销的基本因素分析
  - 12.1.2 市场营销模式分析
  - 12.1.3 行业O2O营销模式分析
  - 12.1.4 行业巨头终端营销模式
- 12.2 中国内衣移动营销模式深度解析
  - 12.2.1 传统内衣渠道面临巨大影响
  - 12.2.2 未来将是消费者和手机客户端的竞争
  - 12.2.3 移动营销成为企业新战略
  - 12.2.4 移动营销成为内衣行业的新机遇

- 12.2.5 移动营销是传统内衣行业的新蓝海
- 12.3 国际内衣品牌进入国内市场的销售模式
  - 12.3.1 直营
  - 12.3.2 授权经营
  - 12.3.3 网络直销

## 第十三章 内衣市场营销策略分析

- 13.1 内衣市场营销策略探讨
  - 13.1.1 终端营销策略分析
  - 13.1.2 淡季营销的策略分析
  - 13.1.3 国际化营销通道
  - 13.1.4 品牌规划及营销战略
  - 13.1.5 广告营销策略
  - 13.1.6 未来行业竞争之道
  - 13.1.7 经销商市场破局之道
- 13.2 知名内衣品牌营销战略概述
  - 13.2.1 婷美：以“概念”求立足
  - 13.2.2 黛安芬：在变化中把控
  - 13.2.3 美思：“多样化”博销量
  - 13.2.4 爱慕：“文化”价值链
- 13.3 品牌内衣营销案例分析
  - 13.3.1 婷美中科暖卡营销案例
  - 13.3.2 AB内衣产品营销变迁
  - 13.3.3 猫人内衣的性感营销案例
- 13.4 二线内衣品牌的营销策略探索
  - 13.4.1 主战场的选择
  - 13.4.2 区域产品定位
  - 13.4.3 目标和预算
  - 13.4.4 招商会
  - 13.4.5 区域广告
  - 13.4.6 渠道精耕

## 13.5 中国内衣企业营销创新分析

### 13.5.1 渠道的创新

### 13.5.2 终端的创新

### 13.5.3 设计创新

## 第十四章 2016-2017年内衣行业领先企业发展分析

### 14.1 黛安芬国际集团有限公司

#### 14.1.1 企业发展概况

#### 14.1.2 经营状况分析

#### 14.1.3 企业发展动态

### 14.2 欧迪芬国际集团

#### 14.2.1 企业发展概况

#### 14.2.2 投资分布状况

#### 14.2.3 经营状况分析

#### 14.2.4 企业发展动态

### 14.3 安莉芳控股有限公司

#### 14.3.1 企业发展概况

#### 14.3.2 投资分布状况

#### 14.3.3 经营状况分析

#### 14.3.4 企业发展动态

### 14.4 华歌尔(中国)时装有限公司

#### 14.4.1 企业发展概况

#### 14.4.2 投资分布状况

#### 14.4.3 经营状况分析

#### 14.4.4 企业发展动态

### 14.5 上海古今内衣制造有限公司

#### 14.5.1 企业发展概况

#### 14.5.2 投资分布状况

#### 14.5.3 经营状况分析

#### 14.5.4 企业发展动态

### 14.6 深圳汇洁集团股份有限公司

- 14.6.1 企业发展概况
- 14.6.2 投资分布状况
- 14.6.3 经营状况分析
- 14.6.4 企业发展动态
- 14.7 红豆集团有限公司
  - 14.7.1 企业发展概况
  - 14.7.2 投资分布状况
  - 14.7.3 经营状况分析
  - 14.7.4 企业发展动态
- 14.8 都市丽人（中国）控股有限公司
  - 14.8.1 企业发展概况
  - 14.8.2 市场定位
  - 14.8.3 产品结构
  - 14.8.4 经营状况分析
  - 14.8.5 企业发展动态
  - 14.8.6 企业发展策略
- 14.9 黛丽斯国际有限公司
  - 14.9.1 企业发展概况
  - 14.9.2 投资分布状况
  - 14.9.3 经营状况分析
  - 14.9.4 企业发展动态
- 14.10 其他企业分析
  - 14.10.1 爱慕集团
  - 14.10.2 江苏AB集团股份有限公司
  - 14.10.3 婷美集团保健科技有限公司
  - 14.10.4 上海三枪（集团）有限公司

## 第十五章 中国内衣行业投资机会及风险分析

- 15.1 中国内衣行业的投资特性
  - 15.1.1 生产要素比较优势下降
  - 15.1.2 利润大且风险较小

- 15.1.3 行业缺乏规模经济效应
- 15.2 中国内衣行业进入壁垒
  - 15.2.1 资金需求门槛
  - 15.2.2 内衣设计门槛
  - 15.2.3 销售渠道门槛
- 15.3 中国内衣行业投资机会分析
  - 15.3.1 大众市场成内衣发展热点
  - 15.3.2 无钢圈内衣重新受重视
  - 15.3.3 年轻内衣市场具有强大消费潜力
- 15.4 中国内衣行业投资风险
  - 15.4.1 市场需求变化的风险
  - 15.4.2 市场竞争风险
  - 15.4.3 品牌被侵权的风险

## 第十六章内衣行业发展前景及趋势分析（ZY LII）

- 16.1 国际内业发展前景展望
  - 16.1.1 国际针织内衣及睡衣市场规模预测
  - 16.1.2 亚洲内衣市场发展潜力无限
  - 16.1.3 国际内业流行趋向透析
- 16.2 中国内衣行业发展趋势预测
  - 16.2.1 2017年中国内衣行业预测分析
  - 16.2.2 高性能运动内衣市场前景乐观
  - 16.2.3 内衣市场的竞争趋势与产品趋势分析
  - 16.2.4 美体内衣市场的未来发展分析
- 16.3 2018-2024年中国内衣市场发展预测分析
  - 16.3.1 影响因素分析
  - 16.3.2 销售规模预测（ZY LII）

## 附录

### 附录一：针织内衣行业标准

图表目录：

- 图表 促使美国消费者购买内衣的重要因素
- 图表 美国消费者购买内衣的主要零售渠道占比
- 图表 品牌对不同年龄段的美国消费者购买不同服饰类别的影响力对比
- 图表 美国各零售渠道女性内衣款式分布数量的百分比
- 图表 美国市场上功能特性服饰的供需对比
- 图表 2017年全球主要经济体GDP占比
- 图表 2012-2017年全球人口数量
- 图表 2012-2017年全球劳动力数量
- 图表 2012-2017年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2012-2017年三次产业增加值占全国生产总值比重
- 图表 2012-2017年货物进出口总额
- 图表 2010-2017年中国贸易顺差走势
- 图表 2017年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度
- 图表 2017年外商直接投资（不含银行、证券、保险）及其增长速度
- 图表 2017年对外直接投资额（不含银行、证券、保险）及其增长速度
- 图表 2012-2017年全部工业增加值及其增速
- 图表 2017-2017年工业增加值月度增速
- 图表 2012-2017年全社会固定资产投资
- 图表 2017年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fangzhi/l5853261FS.html>