

2017-2022年中国内衣行业 深度调研与市场前景预测报告

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

《2017-2022年中国内衣行业深度调研与市场前景预测报告》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.abaogao.com/b/fuzhuang/L850436LO7.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

内衣是指贴身穿的衣物，包括背心、汗衫、短裤、抹胸、胸罩等，通常是直接接触皮肤的，是现代人不可少的服饰之一。内衣有吸汗、矫型、衬托身体、保暖及不受来自身体的污秽的危害的作用，有时会被视为性征。

内衣行业被业内人士看作是有着高成长性的行业。在西方，内衣消费占服饰消费的比例相当大。例如，法国为22%，每年法国妇女用于内衣的消费的金额约为17亿欧元。英国女士每人每年有112欧元花在内衣上。随着女性消费能力增强，她们的时尚意识和品牌意识也在提升，故其对内衣的多元化、时尚化、个性化和品牌化要求日益提高过去，消费者对内衣的需求更倾向于舒适。但当代女性提倡个性化，追求时尚，对内衣与外衣的可搭配性要求更高，如何穿得漂亮、性感、诱惑感将逐渐成为女性对内衣的需求。由于内衣是贴身衣物，可以起到矫正体型的左右，功能性开始成为消费者选购内衣的主要标准。所以，消费者对内衣的需求面料之类基本需求逐渐上升到对时尚性、高品质的高层次需求。中高端品牌内衣相比杂牌内衣更能满足消费者的需求，因此消费者购买中高档内衣的比例越来越大。

目前，中国的内衣市场年销售额在200亿至500亿元，且每年以近20%的速度增长。据统计，国内内衣市场上，进口品牌约占60%的市场份额，以中国香港、台湾及日本的产品为主，其大多已在中国设厂生产，大部分售价在50-300元之间，国产品牌约占市场的40%左右。内衣市场每年以近20%的速度增长，中国内衣市场的未来发展空间巨大。

全球内衣市场规模在2016年达到了1078亿美元，在2010年至2016年间的复合增速达到了5.6%。全球内衣市场规模的增长，除了发展中国家内衣消费需求的高速增长之外，多数发达经济体的内衣市场规模也保持了稳步增长的势头。

全球内衣市场规模及增速

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国内衣行业深度调研与市场前景预测报告》共十四章。首先介绍了内衣相关概念及发展环境，接着分析了中国内衣规模及消费需求，然后对中国内衣市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国内衣面临的机遇及发展前景。您若想对中国内衣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：

第一章 内衣行业相关概述

1.1 内衣行业定义及特点

1.1.1 内衣的定义

1.1.2 内衣产品/服务特点

1、内衣的种类

2、文胸的分类

3、内裤的分类

4、睡衣的分类

1.2 内衣行业经营模式

1.2.1 生产模式

1.2.2 采购模式

1.2.3 销售模式

第二章 内衣行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.2 行业的周期性、区域性

2.2.1 行业周期分析

1、行业的周期波动性

2、行业产品生命周期

2.2.2 行业的区域性

2.3 行业与上下游行业的关联性

2.3.1 行业产业链概述

2.3.2 上游产业分布

2.3.3 下游产业分布

第三章 2014-2016年中国内衣行业发展环境分析

3.1 内衣行业政治环境

3.1.1 《关于推进纺织产业转移的指导意见》

3.1.2 《国家纺织产品基本安全技术规范》

3.1.3 《纺织工业“十三五”发展规划》

3.1.4 政策环境对行业的影响

3.2 内衣行业经济环境分析

3.2.1 宏观经济形势分析

1、国际宏观经济形势

2、2016年国内经济发展环境

3、2017年国内经济发展前景展望

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 内衣行业社会环境分析

3.3.1 我国内衣的起源

3.3.2 内衣的发展历程

3.4 内衣面料技术

3.4.1 轻塑形内衣面料

3.4.2 ATLAS无痕塑性内衣面料

第四章 全球内衣行业发展概述

4.1 2014-2016年全球内衣行业发展情况概述

4.1.1 世界内衣发展历史

4.1.2 全球内衣发展特点

4.2 2014-2016年全球主要地区内衣行业发展状况

4.2.1 欧洲

欧洲内衣市场规模及增速

4.2.2 美国

美国内衣市场规模在 2010 年至 2016 年之间的复合增速高达 4.0%，达到 179 亿美元。在同一期间，美国市场的内衣单价也从 2010 年的 5.1 美元上升至 5.6 美元，增长 10.2%。同样，欧洲内衣市场的规模在欧洲经济持续低迷的情况下也实现了持续增长，在 2016 年达到了 245 亿美元。

美国内衣市场规模及增速

美国内衣市场单价稳定增长

4.2.3 日韩

4.3 2017-2022年全球内衣行业发展前景预测

4.3.1 全球内衣行业发展前景

4.3.2 全球内衣行业发展趋势

4.4 全球内衣行业重点企业发展动态分析

4.4.1 德国黛安芬

4.4.2 日本华歌尔

4.4.3 香港安莉芳

4.4.4 台湾欧迪芬

第五章 中国内衣行业发展概述

5.1 中国内衣行业发展状况分析

5.1.1 中国内衣发展总体概况

5.1.2 中国内衣发展特点

5.2 2014-2016年内衣行业发展现状

5.2.1 2014-2016年中国内衣市场规模

5.2.2 2014-2016年中国内衣企业发展

5.3 2017-2022年中国内衣行业面临的困境及对策

5.3.1 中国内衣行业面临的困境及对策

1、中国内衣行业面临困境

2、中国内衣行业对策探讨

5.3.2 中国内衣企业发展困境及策略分析

1、中国内衣企业面临的困境

2、中国内衣企业的对策探讨

5.3.3 国内内衣企业的出路分析

第六章 中国内衣市场消费分析

6.1 内衣消费概况

6.1.1 消费者内衣品牌观念分析

6.1.2 国内内衣消费水准上升

6.1.3 消费者较青睐纯棉内衣

6.1.4 网络时代的内衣消费解析

6.2 内衣消费者分析

- 6.2.1 内衣消费的目的
- 6.2.2 中国内衣消费者行为及市场对策
- 6.2.3 内衣消费者购买行为分析
- 6.2.4 影响消费者购买行为的因素
- 6.2.5 内衣的消费心理及营销措施
- 6.3 中国女性体型及内衣消费特点研析
 - 6.3.1 中国女性形体特征变化概述
 - 6.3.2 不同年龄段女性体型特征差异
 - 6.3.3 内衣消费特点调查分析

第七章 中国内衣行业细分市场分析

- 7.1 内衣行业细分市场概况
 - 7.1.1 市场细分充分程度
 - 7.1.2 市场细分发展趋势
 - 7.1.3 市场细分战略研究
 - 7.1.4 细分市场结构分析
- 7.2 男士内衣市场
 - 7.2.1 市场发展现状概述
 - 7.2.2 行业市场需求分析
 - 7.2.3 产品市场潜力分析
- 7.3 女士内衣市场
 - 7.3.1 市场发展现状概述
 - 7.3.2 行业市场需求分析
 - 7.3.3 产品市场潜力分析
- 7.4 传统内衣市场
 - 7.4.1 市场发展现状概述
 - 7.4.2 行业市场需求分析
 - 7.4.3 产品市场潜力分析
- 7.5 建议
 - 7.5.1 细分市场研究结论
 - 7.5.2 细分市场建议

第八章 中国内衣行业区域产业发展分析

8.1 浙江

8.1.1 浙江省内衣市场发展概况

8.1.2 浙江省杭州情趣内衣市场现状

8.1.3 本土品牌成杭州内衣市场亮点

8.1.4 义乌无缝内衣产业发展分析

8.2 温州

8.2.1 温州共谋内衣行业新发展

8.2.2 温州内衣市场经营模式分析

8.3 南海盐步

8.3.1 南海盐步内衣产业发展概况

8.3.2 盐步内衣产业发展优势分析

8.3.3 盐步内衣产业发展集体转型升级

8.3.4 盐步内衣产业的发展思路与对策

8.4 深圳

8.4.1 深圳市内衣产业发展引领全国

8.4.2 深圳举行国际品牌内衣展

8.4.3 深圳内衣产业应深化产业优势

8.4.4 深圳内衣产业应加强聚集效应

8.5 其它地区

8.5.1 江苏省内衣产业发展现状分析

8.5.2 中山内衣行业谋求发展与突破

8.5.3 泉州内衣企业渐重视国内市场

第九章 中国内衣行业市场竞争格局分析

9.1 中国内衣行业竞争格局分析

9.1.1 内衣行业区域分布格局

9.1.2 内衣行业企业规模格局

9.1.3 内衣行业企业性质格局

9.2 中国内衣行业竞争五力分析

9.2.1 上游议价能力

9.2.2 下游议价能力

- 9.2.3 新进入者威胁
- 9.2.4 替代产品威胁
- 9.2.5 现有企业竞争
- 9.3 中国内衣行业竞争SWOT分析
- 9.4 中国内衣行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状
 - 9.4.2 投资兼并重组案例
- 9.5 中国内衣品牌竞争分析
 - 9.5.1 国际品牌内衣纷纷进军中国市场
 - 9.5.2 中国高端内衣市场竞争逐渐升级
 - 9.5.3 女性高端内衣竞争追求技术工艺
 - 9.5.4 保暖内衣竞争的核心是品牌营销
- 9.6 中国内衣行业竞争力分析
 - 9.6.1 近年中国内业在竞争中发展
 - 9.6.2 中国内衣产业整体竞争力分析
 - 9.6.3 广告新政促内衣企业提升竞争力
 - 9.6.4 中国内衣行业发展需提高竞争力

第十章 中国内衣行业领先企业竞争力分析

- 10.1 北京爱慕内衣有限公司
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业主要产品
 - 10.1.3 企业竞争优势
 - 10.1.4 企业经营状况
 - 10.1.5 企业最新发展动态
 - 10.1.6 企业发展战略
- 10.2 深圳汇洁集团股份有限公司
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品
 - 10.2.3 企业竞争优势
 - 10.2.4 企业经营状况
 - 10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略

10.3 安莉芳控股有限公司

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品

10.3.3 企业竞争优势

10.3.4 企业经营状况

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略

10.4 上海三枪（集团）有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品

10.4.3 企业竞争优势

10.4.4 企业经营状况

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略

10.5 广东嘉莉诗（国际）服装有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品

10.5.3 企业竞争优势

10.5.4 企业经营状况

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略

10.6 仙宜岱股份有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品

10.6.3 企业竞争优势

10.6.4 企业经营状况

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业发展战略

10.7 四川浪莎控股股份有限公司

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品

- 10.7.3 企业竞争优势
- 10.7.4 企业经营状况
- 10.7.5 企业最新发展动态
- 10.7.6 企业发展战略
- 10.8 广东都市丽人实业有限公司
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业主要产品
 - 10.8.3 企业竞争优势
 - 10.8.4 企业经营状况
 - 10.8.5 企业最新发展动态
 - 10.8.6 企业发展战略
- 10.9 婷美保健科技股份有限公司
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业主要产品
 - 10.9.3 企业竞争优势
 - 10.9.4 企业经营状况
 - 10.9.5 企业最新发展动态
 - 10.9.6 企业发展战略
- 10.10 上海古今内衣集团有限公司
 - 10.10.1 企业发展基本情况
 - 10.10.2 企业主要产品
 - 10.10.3 企业竞争优势
 - 10.10.4 企业经营状况
 - 10.10.5 企业最新发展动态
 - 10.10.6 企业发展战略

第十一章 2017-2022年中国内衣行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2017-2022年中国内衣市场发展前景
 - 11.1.1 2017-2022年内衣市场发展潜力
 - 11.1.2 2017-2022年内衣市场发展前景展望
 - 11.1.3 2017-2022年内衣细分行业发展前景分析
- 11.2 2017-2022年中国内衣市场发展趋势预测

- 11.2.1 2017-2022年内衣行业发展趋势
- 11.2.2 2017-2022年内衣市场规模预测
- 11.2.3 2017-2022年内衣行业应用趋势预测
- 11.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测

第十二章 2017-2022年中国内衣行业投资前景

- 12.1 内衣行业投资特性分析
 - 12.1.1 内衣行业进入壁垒分析
 - 12.1.2 内衣行业盈利模式分析
 - 12.1.3 内衣行业盈利因素分析
- 12.2 内衣行业投资机会分析
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 细分市场投资机会
 - 12.2.3 重点区域投资机会
 - 12.2.4 产业发展的空白点分析
- 12.3 内衣行业投资风险分析
 - 12.3.1 内衣行业政策风险
 - 12.3.2 宏观经济风险
 - 12.3.3 市场竞争风险
 - 12.3.4 原材料价格风险
 - 12.3.5 产品结构风险
 - 12.3.6 技术研发风险
 - 12.3.7 其他投资风险

第十三章 中国内衣市场营销状况分析

- 13.1 内衣营销发展概况
 - 13.1.1 中国内衣市场的营销模式
 - 13.1.2 中国内衣企业已走向营销创新
 - 13.1.3 女士内衣市场营销中的文化魅力
- 13.2 内衣行业销售渠道与趋势
 - 13.2.1 国内内衣销售渠道的构成
 - 13.2.2 内衣销售渠道发展概况

- 13.2.3 内衣营销渠道逐渐呈现扁平化趋势
- 13.2.4 内衣渠道发展趋势
- 13.3 内衣市场营销策略分析
 - 13.3.1 内衣终端营销策略
 - 13.3.2 淡季内衣营销的策略分析
 - 13.3.3 内衣品牌国际化营销通道
 - 13.3.4 内衣品牌规划及营销战略
 - 13.3.5 内衣品牌广告营销策略
- 13.4 知名内衣品牌营销战略概述
 - 13.4.1 婷美：以“概念”求立足
 - 13.4.2 黛安芬：在变化中把控
 - 13.4.3 美思：“多样化”博销量
 - 13.4.4 爱慕：“文化”价值链
- 13.5 品牌内衣营销案例分析
 - 13.5.1 婷美中科暖卡营销策略
 - 13.5.2 AB内衣业营销变迁
 - 13.5.3 红豆内衣营销方式分析

第十四章 研究结论及建议（ZY ZM）

- 14.1 研究结论
- 14.2 建议
 - 14.2.1 行业发展策略建议
 - 14.2.2 行业投资方向建议
 - 14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

- 图表：内衣行业特点
- 图表：内衣行业生命周期
- 图表：内衣行业产业链分析
- 图表：2016年末人口数及其构成
- 图表：2014-2016年城镇新增就业人数
- 图表：2014-2016年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2014-2016年农村居民人均纯收入

图表：2014-2016年城镇居民人均可支配收入

图表：2014-2016年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2014-2016年内衣行业市场规模分析

图表：2017-2022年内衣行业市场规模预测

图表：中国内衣行业盈利能力分析

图表：中国内衣行业运营能力分析

图表：中国内衣行业偿债能力分析

图表：中国内衣行业发展能力分析

图表：中国内衣行业经营效益分析

图表：2014-2016年内衣重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国内衣行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国内衣行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国内衣行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国内衣竞争力分析

图表：2017-2022年中国内衣产能预测

图表：2017-2022年中国内衣消费量预测

图表：2017-2022年中国内衣市场前景预测

图表：2017-2022年中国内衣市场价格走势预测

图表：2017-2022年中国内衣发展前景预测

图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/L850436LO7.html>