



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2014年中国内衣市场市场 深度研究及发展前景预测分析报 告

一、调研说明

《2010-2014年中国内衣市场市场深度研究及发展前景预测分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/150270.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

摘要

内衣，是指贴身穿的衣物，包括背心、汗衫、短裤、胸罩等。内衣指穿在其他衣物内的衣服，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。某些内衣更含有宗教意味。

内衣是以一种朦朦胧胧、时隐时显、含羞内敛来抒发对美、情以及身体表现的企望。尤其在民间，中国古代内衣表现着更多的优雅与浪漫，通过内衣来传颂身体语言更具想象力与创造力，给中华服饰文化增添了不少的生动和潇洒。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国内衣行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区内衣市场的发展状况、内衣消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国内衣市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对内衣未来发展趋势进行了研判，是内衣生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前内衣行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章 2009-2010年中国内衣产品市场运行市场分析

第一节 2009-2010年中国内衣市场运行分析

一、外销企业转型做内销

二、内衣连锁迷茫中前进

三、资本市场运作初露端倪

四、大的代理商上游进军

五、国际品牌继续探路

六、其它行业企业向内衣进军

第二节 2009-2010年中国内衣市场分析

一、内衣品牌动态

二、内衣流行趋势

三、家居服呈现井喷式增长

第三节 2009-2010年中国内衣行业问题及发展建议分析

第二章 2009-2010年中国内衣行业发展环境解析

第一节 2009-2010年中国内衣政策法规分析

一、《针织内衣行业标准》

二、《彩棉内衣及彩棉制品标准》

三、进出口政策分析

第二节2009-2010年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入分析

三、全社会固定资产投资分析

四、进出口总额及增长率分析

五、社会消费品零售总额

第三节2009-2010年中国内衣社会环境分析

第三章 2009-2010年中国内衣行业市场运行状况分析

第一节2009-2010年中国内衣行业发展现状分析

一、保暖内衣行业创新乏力，营销策略转移

二、彩棉内衣从疯狂走向沉稳

三、内衣品牌“务虚”化

四、运动型内衣逐渐被业内人士看好

五、特许加盟、专卖连锁的渠道模式被高度重视

第二节2009-2010年中国内衣细分产品市场分析

一、针织内衣

二、保暖内衣

三、女式内衣

四、男式内衣

五、情趣内衣

六、无缝内衣

七、家居服

第三节2009-2010年中国内衣知名品牌市场发展状况分析

一、猫人内衣突破从“新”开始

二、红豆内衣为常胜秘诀分析

三、婷美进军保暖内衣市场营销策略分析

四、三枪内衣新品全国巡展

第四节2009-2010年中国内衣行业八大症结分析

- 一、产品定位不清晰
- 二、市场主次不明确
- 三、渠道与产品组合不协调
- 四、信息反馈机制不健全
- 五、产品开发迟缓，与营销分离
- 六、客户服务流于形式
- 七、广告无新意
- 八、恶性、快速的人才流动

第四章 2009-2010年中国内衣细分行业市场运行状况分析

第一节 2009-2010年中国保暖内衣行业市场运营走势分析

- 一、渠道瓶颈——围城之困
- 二、渠道趋势——整合升级
- 三、渠道升级——系统推进

第二节 2009-2010年中国针织内衣市场发展趋势分析

- 一、满足人们舒适的要求
- 二、重塑、健美体形
- 三、关爱健康和保健
- 四、智能型针织内衣
- 五、追求时尚与个性
- 六、“绿色”针织内衣

第五章 2009-2010年中国内衣市场需求状况分析

第一节 2009-2010年中国内衣市场需求分析

- 一、内衣品牌化需求不断提升
- 二、高科技保健内衣成需求热点
- 三、中国针织内衣市场需求上升
- 四、保暖内衣各层面消费者的需求分析

第二节 2009-2010年中国塑身内衣市场发展动态分析

- 一、女性塑身内衣功能及材质特点
- 二、女性塑身内衣重新走火内衣市场
- 三、中国针织塑身内衣喜中带忧

第六章 2001-2009年中国内衣产业主要细分产品市场进出口数据监测分析

第一节 2001-2009年中国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口数据统计情况

- 一、2001-2009年中国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计
- 二、2001-2009年中国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口统计
- 三、2001-2009年中国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口价格对比
- 四、中国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口主要来源地及出口目的地
- 五、中国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口省市分析

第二节 2001-2009年中国针或钩织女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口数据统计

- 一、2001-2009年中国针或钩织女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计
- 二、2001-2009年中国针或钩织女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口统计
- 三、2001-2009年中国针或钩织女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口价格对比
- 四、中国针或钩织女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口主要来源地及出口目的地
- 五、中国针或钩织女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口省市分析

第三节 2001-2009年中国男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口数据统计

- 一、2001-2009年中国男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计
- 二、2001-2009年中国男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口统计
- 三、2001-2009年中国男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口价格对比
- 四、中国男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口主要来源地及出口目的地
- 五、中国男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口省市分析

第四节 2001-2009年中国女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等进出口数据统计

- 一、2001-2009年中国女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等出口统计
- 二、2001-2009年中国女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等进口统计
- 三、2001-2009年中国女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等进出口价格对比
- 四、中国女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等进出口主要来源地及出口目的地
- 五、中国女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等进出口省市分析

第七章 2009-2010年中国内衣市场消费者深度调查分析

第一节 2009-2010年中国内衣目标市场构成分析

第二节 2009-2010年内衣消费者购买行为分析

- 一、消费者购买行为类型
- 二、影响消费者购买行为的因素
- 三、内衣购买行为分析

第三节2009-2010年都市人内衣消费习惯和观念调查

- 一、专卖店——品牌消费的主力场所
- 二、品牌和面料为消费者购买的主要考虑因素
- 三、新颖、时尚、个性成为内衣风格变化的三要素
- 四、对异性穿着的欣赏成为时尚个性内衣流行的源动力
- 五、结识新异性对时尚个性内衣的需求成为消费的新亮点
- 六、内衣消费渐趋品牌化
- 七、内衣款式应朝新颖、时尚、个性化方向发展
- 八、消费者期待个性内衣品牌市场分析

第四节2009-2010年内衣的消费心理分析

- 一、消费心理分析
- 二、中年女性消费行为特点与营销策略
- 三、青年的消费心理特征及对企业营销的启示

第五节2009-2010年中国内衣消费者购买偏好分析

- 一、男性购买内衣偏好分析
- 二、国内四大城市内衣穿着取向调查
- 三、纯棉内衣最受众消费者青睐

第六节2009-2010年中国南北地域内衣消费分析

- 一、南方消费者偏好
- 二、北方消费者偏好

第七节2009-2010年服装纺织消费者购买行为分析及趋势展望

- 一、消费者购买服装的渠道
- 二、购买服装时间选择
- 三、打折促销对市场影响
- 四、洋品牌市场表现
- 五、主要服装产品的消费变化

第八章 2009-2010年中国内衣销售渠道分析

第一节2009-2010年中国内衣销售渠道分析

- 一、中国内衣经销模式
- 二、中国内衣零售业态

第二节2009-2010年国外内衣销售渠道

一、中外内衣销售基本方式的对比

二、外资品牌进入中国方式

第三节 2009-2010年中美内衣零售比较

一、销售整体状况

二、渠道特点分析

三、中美内衣材质偏好

四、中美市场特性分析

第四节 未来销售渠道发展趋势

一、未来内衣销售渠道特征

二、内衣营销渠道呈现的趋势

第九章 2009-2010年中国内衣区域市场分析

第一节 中国内衣产业集群

一、广东汕头潮阳

二、广东南海盐步

三、广东深圳公明

四、广东中山小榄

五、福建晋江

六、浙江义乌

七、浙江温州

八、上海

九、江苏

十、山东

十一、北京

第二节 南海盐步

一、盐步内业概况

二、盐步内业五大优势

三、盐步内衣品牌与国际品牌之比较

四、行业领先品牌竞争力分析

第三节 浙江义乌

一、内衣产业概括

二、产业结构分析

三、品牌格局分析

四、行业领先品牌竞争力分析

第四节 温州内衣

一、温州内衣业概况

二、重点企业竞争力

第五节 深圳公明

一、产业总体概括

二、企业竞争力分析

第十章 2009-2010年中国内衣行业市场竞争格局分析

第一节 2009-2010年中国内衣行业竞争结构分析

一、内衣价格竞争

二、内衣品牌竞争

三、内衣销售渠道竞争

第二节 2009-2010年中国内衣行业竞争现状分析

一、新品牌的进入

二、卖场展示至关重要

三、产品附加价值不可缺少（技术工艺）

四、功能性化纤面料市场迅速成长

第三节 2009-2010年中国内衣企业提升竞争力策略分析

第十一章 2009-2010年国际内衣产品品牌市场分析

第一节 德国黛安芬

一、企业发展历程分析

二、企业发展规划分析

第二节 香港安莉芳

第三节 台湾欧迪芬

第四节 日本华歌尔

第五节 LAPERLA LAPERLA

第六节 仙黛尔

第七节 LISE CHARMEL

第八节 施康娜

第十二章 2009-2010中国重点内衣品牌企业竞争性财务数据分析

第一节 四川浪莎控股股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、2008-2009年公司成长性分析
- 三、2008-2009年公司财务能力分析
- 四、2008-2009年公司偿债能力分析
- 五、2008-2009年公司现金流量分析表
- 六、2008-2009年公司经营能力分析
- 七、2008-2009年公司盈利能力分析

第二节 江苏红豆实业股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、2008-2009年公司成长性分析
- 三、2008-2009年公司财务能力分析
- 四、2008-2009年公司偿债能力分析
- 五、2008-2009年公司现金流量分析表
- 六、2008-2009年公司经营能力分析
- 七、2008-2009年公司盈利能力分析

第三节 婷美集团保健科技有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第四节 北京爱慕内衣有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第五节 海南优美内衣有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第六节 南通海林集团有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第七节 浙江顺时针服饰有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第八节 青岛龙鹤制衣有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第九节 武汉爱帝集团有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第十节 广东嘉利诗（国际）服装纺织纺织有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第十一节 略。。。。。。。。。。

第十三章 2010-2014年中国内衣行业发展前景及趋势预测分析

第一节 2010-2014年中国内衣行业发展趋势分析

- 一、中老年内衣市场有待开发
- 二、保健内衣市场潜力无限
- 三、高性能运动内衣市场潜力巨大

四、男士内衣发展趋势渐成关注热点

第二节 2010-2014年中国内衣行业市场预测分析

一、市场产量预测分析

二、产品需求预测分析

三、市场竞争格局预测分析

第三节 2010-2014年中国内衣行业市场盈利预测分析

第十四章 2010-2014年中国内衣行业投资机会与风险分析

第一节 2010-2014年中国内衣投资机遇及风险分析

一、内衣店投资机遇分析

二、内衣加盟投资潜力分析

三、内衣行业代理商投资风险分析

第二节 2010-2014年中国内衣细分行业投资情况机会及风险

一、男士内衣店投资机会分析

二、男士内衣店投资风险

三、情趣内衣投资机会分析

四、女士内衣专卖店投资机遇分析

第十五章 2010-2014年中国内衣行业投资战略研究

第一节 2010-2014年中国内衣企业竞胜战略

一、另类竞胜战略

二、出奇竞胜战略

三、终端竞胜战略

四、系统竞胜战略

五、简单竞胜战略

第二节 2010-2014年品牌内衣市场开拓战略

一、“滚雪球”战略

二、“采蘑菇”战略

三、“保龄球”战略

四、“农村包围城市”战略

五、“撒网开花”战略

图表名称：部分

图表 中国GDP分析

图表 城乡居民家庭人均可支配收入分析

图表 全社会固定资产投资分析

图表 进出口总额及增长率分析

图表 社会消费品零售总额

图表 2001-2009年中国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计

图表 2001-2009年中国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口统计

图表 2001-2009年中国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口价格对比

图表 中国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口主要来源地及出口目的地

图表 中国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口省市分析

图表 2001-2009年中国针或钩织女衬裙,短衬裤,睡衣裤,浴衣,晨衣等出口统计

图表 2001-2009年中国针或钩织女衬裙,短衬裤,睡衣裤,浴衣,晨衣等进口统计

图表 2001-2009年中国针或钩织女衬裙,短衬裤,睡衣裤,浴衣,晨衣等进出口价格对比

图表 中国针或钩织女衬裙,短衬裤,睡衣裤,浴衣,晨衣等进出口主要来源地及出口目的地

图表 中国针或钩织女衬裙,短衬裤,睡衣裤,浴衣,晨衣等进出口省市分析

图表 2001-2009年中国男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口统计

图表 2001-2009年中国男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口统计

图表 2001-2009年中国男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口价格对比

图表 中国男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口主要来源地及出口目的地

图表 中国男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进出口省市分析

图表 2001-2009年中国女背心等内衣,衬裙,短衬裤,睡衣裤,浴晨衣等出口统计

图表 2001-2009年中国女背心等内衣,衬裙,短衬裤,睡衣裤,浴晨衣等进口统计

图表 2001-2009年中国女背心等内衣,衬裙,短衬裤,睡衣裤,浴晨衣等进出口价格对比

图表 中国女背心等内衣,衬裙,短衬裤,睡衣裤,浴晨衣等进出口主要来源地及出口目的地

图表 中国女背心等内衣,衬裙,短衬裤,睡衣裤,浴晨衣等进出口省市分析

图表 2008-2009年四川浪莎控股股份有限公司成长性分析

图表 2008-2009年四川浪莎控股股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2009年四川浪莎控股股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2009年四川浪莎控股股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2009年四川浪莎控股股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2009年四川浪莎控股股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2009年四川浪莎控股股份有限公司盈利能力分析
图表 2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司成长性分析
图表 2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司财务能力分析
图表 2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司经营效率分析
图表 2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司偿债能力分析
图表 2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司现金流量分析表
图表 2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司经营能力分析
图表 2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司盈利能力分析
图表 婷美集团保健科技有限公司盈利指标情况
图表 婷美集团保健科技有限公司资产运行指标状况
图表 婷美集团保健科技有限公司资产负债能力指标分析
图表 婷美集团保健科技有限公司盈利能力情况
图表 婷美集团保健科技有限公司销售收入情况
图表 婷美集团保健科技有限公司成本费用构成情况
图表 北京爱慕内衣有限公司盈利指标情况
图表 北京爱慕内衣有限公司资产运行指标状况
图表 北京爱慕内衣有限公司资产负债能力指标分析
图表 北京爱慕内衣有限公司盈利能力情况
图表 北京爱慕内衣有限公司销售收入情况
图表 北京爱慕内衣有限公司成本费用构成情况
图表 海南优美内衣有限公司盈利指标情况
图表 海南优美内衣有限公司资产运行指标状况
图表 海南优美内衣有限公司资产负债能力指标分析
图表 海南优美内衣有限公司盈利能力情况
图表 海南优美内衣有限公司销售收入情况
图表 海南优美内衣有限公司成本费用构成情况
图表 南通海林集团有限公司盈利指标情况
图表 南通海林集团有限公司资产运行指标状况
图表 南通海林集团有限公司资产负债能力指标分析
图表 南通海林集团有限公司盈利能力情况
图表 南通海林集团有限公司销售收入情况
图表 南通海林集团有限公司成本费用构成情况

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。