



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2009年中国内衣行业市场 分析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2008-2009年中国内衣行业市场分析及发展趋势研究报告》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/47122.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

中国内业在产业特征、市场目标、产业特色、营销路线方面形成了产业布局与产业发展的差异化，呈三足鼎立态势。对全国重点大型零售企业内衣品牌销量的调查显示，销售量最高的十个内衣品牌都来自广东、北京和上海三地。珠三角内衣产量约占全国的1/3，其中深圳内衣年产值约占全国的1/10。从销量增长幅度看，针织内衣在服装品类中位于第三位。从销量看，针织内衣仅次于女装，其比重已达到16.62%。

中国是全世界内衣及相关行业增长最快的国家，而且该市场还处在起步阶段。近几年，内业每年利润达到上亿元，为服装业中最具前景的行业之一。未来10年，中国内衣市场将保持20%的年增长速度。未来5年，中国内衣市场5000亿的巨大销售空间将成为行业繁荣的强大推动力。根据国家统计局相关资料显示，我国内衣生产企业有3000多家。其中，初具规模的只有400多家。国内市场上，除了极少数洋品牌地位比较稳固外，绝大多数国产品牌仍处于探索性阶段，产品销售主要还是靠渠道与价格支撑。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%，主要集中在中、低档市场，售价一般在30 - 100元之间。目前我国内衣市场形成强势品牌的并不多，生产规模小，市场高度分散，竞争方式主要集中在价格竞争层面，品牌同质化现象严重。

2008年，内衣企业在主品牌主导产品的带领下，进行多品牌运作或者进行产品的多元化延伸成为一种趋势。有实力的企业，必然进行四季全系列内衣产品的研发生产，大型的综合内衣企业将逐渐进入内业的各个细分市场，具备越来越强的竞争力。还有的内衣企业将涉足原材料生产或者其他领域、以增强自身抗风险的能力。2008年内衣品牌大多会进行经营转型，或者进入其他行业，来寻找新的利润增长点，或者拓宽自身产品线，通过产品的延伸来增强终端的销售力，比如推出内裤、背心、家居服产品等。2008年，一些新型面料将成为新的热点，这在南京全针会及上半年各厂家的招商会上体现了出来。一些善于造势的企业也许会利用这些新型面料再炮制出一些新的卖点，打造一种新的概念内衣。2008年是一个运动年，运动型内衣将走俏市场，吸汗、透气的主打健康概念的运动内衣将广受消费者欢迎。运动文胸、运动内裤、运动家居服等，会将2008年的内衣行业运动到底。

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、国家海关总署

、国家商务部、中国服装协会、中国服装设计师协会、中国纺织工业协会、全国商业信息中心、中国纺织服装信息中心、全球纺织、中国行业研究网以及国内外相关刊物的基础信息，对我国内衣行业的发展现状及发展特点、供给与需求状况、区域发展状况、竞争格局等进行了详细的分析。报告论述了内衣行业的生产规模以及区域分布情况，重点突出了内业的生产与销售状况、外贸进出口形势、市场供求状况，以及面对国际市场竞争形势，中国服装业应采取的应对措施。报告还根据内业细分的主要产品类别，如女式内衣、男式内衣、保暖内衣、情趣内衣、家居服装等进行系统地分析，同时就重点省市和领先品牌发展状况、市场策略、竞争优势进行了详细研究。本报告撰写小组为了解内衣行业状况，进行了广泛的市场调查，并对重点内衣企业进行考察访谈，报告内容丰富、数据详细，在撰写的过程中，运用了大量的图、表，分析深入、透彻，且有独到的见解，是内衣生产、贸易、零售、纺织企业等相关单位准确了解目前内衣行业发展现状，把握行业发展趋势，制定发展战略，规避风险，投资、决策的有力助手。

## 【 目录 】

### 第一部分 行业发展概况分析

#### 第一章 内衣相关知识 1

##### 第一节 内衣行业相关知识 1

###### 一、内衣定义 1

###### 二、内衣简史 1

###### 三、内衣分类 5

###### 四、内衣尺寸选择 6

##### 第二节 内衣行业分类概述 9

###### 一、紧身内衣 9

###### 二、情趣内衣 10

###### 三、整形内衣 12

##### 第三节 内衣行业投资分析 13

###### 一、内衣行业特点 13

###### 二、行业生产要素分析 16

###### 三、行业利润和风险分析 17

###### 四、行业产品生命周期分析 17

- 五、行业竞争性分析 17
- 六、行业规模经济效应分析 19

## 第二部分 国外行业及相关行业发展分析

### 第二章 国外内衣行业发展情况 21

#### 第一节 世界内衣市场分析 21

- 一、世界内农业发展历程 21
- 二、国际内农业特征分析 22

#### 第二节 美国内衣市场分析 23

- 一、美国内衣市场概况 23
- 二、美国内衣市场现状 25
- 三、美国研制智能内衣情况 29
- 四、美国内衣生产与中国合作情况 30

#### 第三节 亚洲内衣市场分析 31

- 一、亚洲内衣市场发展分析 31
- 二、亚洲内农业潮流趋势分析 32

#### 第四节 其他国家内衣市场分析 33

- 一、法国情趣内衣市场发展情况 33
- 二、俄罗斯内衣市场发展情况 33
- 三、土耳其内衣市场发展情况 34
- 四、日本研制绿色环保概念内衣情况 35
- 五、欧盟内衣消费市场分析 37

### 第三章 纺织行业发展状况 38

#### 第一节 纺织行业发展状况 38

- 一、国际纺织行业发展状况及趋势 38
- 二、2008-2009年我国纺织行业竞争优势分析 41
- 三、2008年我国纺织业形势分析 45
- 四、2008年纺织行业主旋律分析 47
- 五、十一五我国纺织行业发展重点 51

#### 第二节 纺织行业产量情况 53

- 一、2007-2008年棉布产品产量 53

- 二、2007-2008年丝织品产品产量 64
- 三、2007-2008年混纺交织布产量 75
- 第三节 纺织行业发展趋势 80
  - 一、2008年国家发改委对纺织行业趋势预测 80
  - 二、2008年我国纺织行业发展趋势 81
  - 三、“十一五”我国产业用纺织品发展前景 85

### 第三部分 行业发展分析

#### 第四章 内衣行业发展状况 89

##### 第一节 内衣行业发展状况 89

- 一、中国内衣行业发展特点 89
- 二、国内内衣行业状况 90
- 三、中国内衣行业现状分析 91
- 四、中国内衣行业数字分析 95
- 五、中国内衣行业存在问题分析 96
- 六、高科技引发内衣变革分析 97

##### 第二节 内衣行业发展现状 99

- 一、2007年中国内衣行业发展分析 99
- 二、2008年中国内衣产业设计师时代分析 101
- 三、2008年中国内衣行业发展分析 104
- 四、2008年奥运为内衣行业带来机遇分析 105
- 五、2008年针织内衣质量状况 107
- 六、2008年4月针织内衣裤销售情况 107
- 七、2008年发热内衣标准制定情况 108

##### 第三节 内衣行业人才分析 109

- 一、内衣人才现状 109
- 二、我国内衣人才需求状况 111
- 三、内衣设计师需求状况 116
- 四、内衣行业人才问题 119
- 五、内衣设计人才发展前景分析 121

##### 第四节 内衣行业流行趋势 124

- 一、2008年夏天运动风格内衣流行趋势 124

二、2008年内衣市场流行特点 125

三、2008年内衣潮流趋势 127

## 第五章 内衣市场发展状况 129

### 第一节 内衣市场发展状况 129

一、中国内衣市场发展现状 129

二、高档内衣质量及品位要求分析 130

三、多用贴身内衣市场发展状况 131

四、内衣市场多元化发展分析 132

### 第二节 内衣市场发展现状 133

一、2007年内衣市场发展状况 133

二、2007年内衣市场发展动态分析 135

三、2008年内衣市场投资状况分析 138

四、2008年内衣市场机遇分析 140

## 第六章 内衣细分市场发展状况 143

### 第一节 女性内衣市场发展状况 143

一、女性内衣市场现状 143

二、女性内衣消费者特征分析 143

三、女性内衣销售渠道模式分析 144

四、女性内衣发展趋势 145

五、中国女性内衣市场发展对策 146

### 第二节 男式内衣市场发展状况 147

一、我国中高档男式内衣产品特点 147

二、男式内衣品牌时尚状况分析 150

三、男式内衣市场投资分析 155

### 第三节 保暖内衣市场发展状况 158

一、保暖内衣市场发展现状 158

二、保暖内衣市场问题分析 159

三、保暖内衣市场发展对策 161

四、北京保暖内衣市场分析 163

五、中国保暖内衣品牌排名情况 168

六、保暖内衣渠道改革分析	169
第四节 情趣内衣市场发展状况	175
一、中国情趣内衣业发展问题分析	175
二、情趣内衣市场规模发展状况	177
三、情趣内衣销售状况分析	179
第五节 家居服市场发展状况	181
一、家居服市场发展状况	181
二、内衣向家居服发展趋势分析	186
三、2008年秋冬国内家居内衣流行趋势	189

## 第七章 内衣市场消费者分析 191

第一节 内衣消费者现状	191
一、我国内衣消费者构成分析	191
二、内衣消费者调查	194
三、内衣消费者需求分析	198
第二节 内衣消费者购买行为分析	198
一、消费者购买行为类型	198
二、影响消费者购买行为因素分析	204
三、内衣购买行为分析	207
四、消费者内衣消费观念分析	212
五、消费者购买内衣偏好调查	220

## 第四部分 行业竞争分析

### 第八章 内衣行业区域发展分析 223

第一节 广东省内衣市场发展状况	223
一、广东汕头潮阳	223
二、广东南海盐步	224
三、广东深圳公明	228
四、广东中山小榄	229
五、珠三角	230
六、深圳	233
第二节 福建省内衣市场发展状况	234



一、福建晋江深沪	234
二、泉州内衣行业奥运商机分析	235
三、泉州内衣企业内销情况分析	236
四、国际内衣品牌投放福建情况分析	237
第三节 浙江内衣市场发展状况	238
一、浙江义乌	238
二、浙江温州	239
第四节 其他区域内衣市场发展状况	240
一、山东	240
二、上海	242
三、江苏	243
四、北京	244
五、河南	245
第九章 内衣行业竞争格局	248
第一节 内衣行业竞争特点分析	248
一、产业集群综合优势	248
二、内销与外销	248
三、国有与私营	250
四、贴牌与生产	250
五、国外与国内	252
六、品牌与营销	252
第二节 内衣行业竞争现状	253
一、2007年内衣行业整合状况	253
二、内衣品牌竞争状况	258
三、中国内衣市场国际化竞争分析	259
四、内衣市场竞争中攻击弱点和重点攻击原则	262
五、中国内衣市场细分化竞争分析	266
第三节 国际著名品牌分析	267
一、欧迪芬	267
二、康妮雅	268
三、黛安芬	268

四、安莉芳 269

五、奥黛莉 270

第十章 内衣重点企业分析 271

第一节 中兴纺织集团 271

一、宜而爽品牌简介 271

二、2008年宜而爽发展策略 271

第二节 三枪公司 272

一、公司简介 272

二、三枪品牌经营策略 273

第三节 康奈内衣有限公司 278

一、公司简介 278

二、2008年公司动态 280

第四节 红豆集团 281

一、红豆品牌简介 281

二、2007-2008年公司财务状况 285

三、2008年公司动态 290

第五节 浪莎控股集团 293

一、浪莎品牌简介 293

二、2007-2008年公司财务状况 298

三、2008年公司动态 302

第六节 上海南极人纺织品发展有限公司 307

一、公司简介 307

二、公司发展战略分析 308

第七节 上海古今内衣有限公司 310

一、公司简介 310

二、2008年公司动态 311

第八节 婷美保健科技集团 311

一、公司简介 311

二、婷美内衣营销策略分析 312

第九节 美思内衣有限公司 318

一、公司简介 318

二、美思内衣营销策略	319
第十节 上海北极绒纺织品有限公司	326
一、公司简介	326
二、公司经营策略	327

## 第五部分 行业发展策略及趋势

### 第十一章 内衣行业市场营销策略 329

#### 第一节 内衣广告策略 329

一、中国内衣广告发展历程 329

二、内衣媒体综合分析 332

三、电视传播媒体 332

四、杂志 335

五、报纸 346

六、Internet 349

七、室内广告牌 362

八、自创媒体 363

#### 第二节 内衣营销赢运系统 365

一、品牌错位切入 366

二、品类差异组合 366

三、团队规范操作 367

四、渠道价值联盟 367

#### 第三节 内衣行业市场营销分析 368

一、保暖内衣市场营销进化分析 368

二、中国内衣营销新模式 376

三、内衣跨性别营销分析 378

四、中国内衣终端营销分析 382

五、内衣企业厚利快销策略 386

六、内衣企业销售渠道分析 389

### 第十二章 内衣行业经营策略 390

#### 第一节 内衣连锁专卖经营策略 390

一、内衣连锁专卖发展状况 390

二、内衣连锁终端机遇分析	391
三、内衣连锁终端发展趋势分析	392
四、内衣连锁终端发展策略	394
五、内衣连锁终端发展前景分析	396
六、内衣连锁经营利弊分析	400
七、内衣专卖店模式分析	407
第二节 内衣行业经营策略	416
一、内衣行业品牌战略分析	416
二、我国内衣品牌定位与规划策略	417
三、中国内衣行业发展策略	418
四、内衣企业长久发展策略	424
五、内衣企业突破发展瓶颈策略	425
第十三章 内衣行业发展趋势	429
第一节 2008-2009年内衣市场发展趋势	429
一、内衣市场需求发展趋势	429
二、都市女性内衣市场需求趋于高档	430
三、我国内衣市场前景分析	430
四、2008-2009年中国内衣消费市场走向分析	432
五、内衣目标市场发展趋势	432
第二节 内衣行业发展前景分析	437
一、中国内衣行业未来发展分析	437
二、2008年内衣行业品牌趋向分析	440
三、中国内衣行业发展前景	442
第三节 中国内衣行业发展趋势分析	445
一、内衣的流行特点	445
二、内衣质地发展趋势	447
三、内衣面料发展趋势	448
四、内衣新产品开发方向	448
五、内衣行业色彩流行趋势	449

图表：2007年2-12月棉布产品产量全国合计	53
图表：2007年2-12月棉布产品产量北京市合计	54
图表：2007年2-12月棉布产品产量天津市合计	54
图表：2007年2-12月棉布产品产量上海市合计	55
图表：2007年2-12月棉布产品产量广东省合计	55
图表：2007年2-12月棉布产品产量四川省合计	56
图表：2007年2-12月棉布产品产量重庆市合计	56
图表：2007年2-12月棉布产品产量浙江省合计	56
图表：2007年2-12月棉布产品产量江苏省合计	57
图表：2007年2-12月棉布产品产量湖北省合计	57
图表：2008年2-5月份棉布产品产量全国合计	58
图表：2008年2-5月份棉布产品产量北京市合计	58
图表：2008年2-5月份棉布产品产量天津市合计	58
图表：2008年2-5月份棉布产品产量河北省合计	58
图表：2008年2-5月份棉布产品产量山西省合计	58
图表：2008年2-5月份棉布产品产量辽宁省合计	59
图表：2008年2-5月份棉布产品产量吉林省合计	59
图表：2008年2-5月份棉布产品产量黑龙江省合计	59
图表：2008年2-5月份棉布产品产量上海市合计	59
图表：2008年2-5月份棉布产品产量江苏省合计	60
图表：2008年2-5月份棉布产品产量浙江省合计	60
图表：2008年2-5月份棉布产品产量安徽省合计	60
图表：2008年2-5月份棉布产品产量福建省合计	60
图表：2008年2-5月份棉布产品产量江西省合计	60
图表：2008年2-5月份棉布产品产量山东省合计	61
图表：2008年2-5月份棉布产品产量河南省合计	61
图表：2008年2-5月份棉布产品产量湖北省合计	61
图表：2008年2-5月份棉布产品产量湖南省合计	61
图表：2008年2-5月份棉布产品产量广东省合计	61
图表：2008年2-5月份棉布产品产量广西区合计	62
图表：2008年2-5月份棉布产品产量重庆市合计	62
图表：2008年2-5月份棉布产品产量四川省合计	62

图表：2008年2-5月份棉布产品产量贵州省合计	62
图表：2008年2-5月份棉布产品产量云南省合计	63
图表：2008年2-5月份棉布产品产量陕西省合计	63
图表：2008年2-5月份棉布产品产量甘肃省合计	63
图表：2008年2-5月份棉布产品产量新疆区合计	63
图表：2008年2-5月份棉布产品产量内蒙古区合计	63
图表：2007年2-12月丝织品产量全国合计	64
图表：2007年2-12月丝织品产量天津市合计	64
图表：2007年2-12月丝织品产量河北省合计	64
图表：2007年2-12月丝织品产量山西省合计	65
图表：2007年2-12月丝织品产量辽宁省合计	65
图表：2007年2-12月丝织品产量上海市合计	66
图表：2007年2-12月丝织品产量江苏省合计	66
图表：2007年2-12月丝织品产量浙江省合计	67
图表：2007年2-12月丝织品产量安徽省合计	67
图表：2007年2-12月丝织品产量江西省合计	67
图表：2007年2-12月丝织品产量山东省合计	68
图表：2007年2-12月丝织品产量河南省合计	68
图表：2007年2-12月丝织品产量湖北省合计	69
图表：2007年2-12月丝织品产量湖南省合计	69
图表：2007年2-12月丝织品产量广东省合计	69
图表：2007年2-12月丝织品产量重庆市合计	70
图表：2007年2-12月丝织品产量四川省合计	70
图表：2007年2-12月丝织品产量陕西省合计	71
图表：2008年2-5月份丝织品产品产量全国合计	71
图表：2008年2-5月份丝织品产量天津市合计	71
图表：2008年2-5月份丝织品产量河北省合计	71
图表：2008年2-5月份丝织品产量山西省合计	72
图表：2008年2-5月份丝织品产量辽宁省合计	72
图表：2008年2-5月份丝织品产量上海市合计	72
图表：2008年2-5月份丝织品产量江苏省合计	72
图表：2008年2-5月份丝织品产量浙江省合计	73

图表：2008年2-5月份丝织品产量安徽省合计	73
图表：2008年2-5月份丝织品产量福建省合计	73
图表：2008年2-5月份丝织品产量江西省合计	73
图表：2008年2-5月份丝织品产量山东省合计	73
图表：2008年2-5月份丝织品产量广东省合计	74
图表：2008年2-5月份丝织品产量重庆市合计	74
图表：2008年2-5月份丝织品产量四川省合计	74
图表：2008年2-5月份丝织品产量云南省合计	74
图表：2008年2-5月份丝织品产量陕西省合计	74
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量全国合计	75
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量天津市合计	75
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量河北省合计	75
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量山西省合计	75
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量辽宁省合计	76
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量吉林省合计	76
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量黑龙江省合计	76
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量上海市合计	76
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量江苏省合计	76
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量浙江省合计	77
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量安徽省合计	77
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量福建省合计	77
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量江西省合计	77
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量山东省合计	78
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量河南省合计	78
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量湖北省合计	78
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量湖南省合计	78
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量广东省合计	78
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量广西区合计	79
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量重庆市合计	79
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量四川省合计	79
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量贵州省合计	79
图表：2008年2-5月份混纺交织布产量云南省合计	79

图表：2008年2-5月份混纺交织布产量陕西省合计	80
图表：内衣不合格商品情况	107
图表：2008年4月全国十大主销商场销售针织内衣裤情况	108
图表：购买行为的4种类型	201
图表：消费者购买一次内裤的时间间隔	207
图表：男女性消费者购买内裤档次比较	208
图表：不同年龄段消费者购买内裤时间间隔比较	209
图表：不同年龄消费者购买内裤的平均时间间隔	209
图表：内衣品牌知晓度	210
图表：内衣购买时机	210
图表：影响内衣购买的因素	210
图表：内衣款式偏好	211
图表：内衣面料偏好	211
图表：内衣色彩偏好	211
图表：内衣价格偏好	211
图表：男性的内衣消费购买时机调查情况	221
图表：男性的内衣消费购买因素调查情况	221
图表：男性的内衣消费对面料要求调查情况	222
图表：男性对内衣颜色的偏好	222
图表：女性对内衣颜色的偏好	222
图表：女性内衣风格的偏好	222
图表：金字塔型顾客分类	265
图表：顾客类型细分表	266
图表：2007年4季度江苏红豆实业股份有限公司主营构成	285
图表：2007年4季度江苏红豆实业股份有限公司人员构成	286
图表：2007-2008年江苏红豆实业股份有限公司投资收益分析	286
图表：2007-2008年江苏红豆实业股份有限公司资本结构	287
图表：2007-2008年江苏红豆实业股份有限公司获利能力分析	287
图表：2007-2008年江苏红豆实业股份有限公司经营能力分析	287
图表：2007-2008年江苏红豆实业股份有限公司偿债能力分析	288
图表：2007-2008年江苏红豆实业股份有限公司发展能力分析	288
图表：2007-2008年江苏红豆实业股份有限公司现金流量分析	288



图表：2007-2008年江苏红豆实业股份有限公司主营业务收入	288
图表：2007-2008年江苏红豆实业股份有限公司主营业务利润	289
图表：2007-2008年江苏红豆实业股份有限公司营业利润	289
图表：2007-2008年江苏红豆实业股份有限公司利润总额	289
图表：2007-2008年江苏红豆实业股份有限公司净利润	290
图表：2007年4季度四川浪莎控股股份有限公司主营构成	298
图表：2007年4季度四川浪莎控股股份有限公司人员构成	298
图表：2007-2008年四川浪莎控股股份有限公司投资收益分析	299
图表：2007-2008年四川浪莎控股股份有限公司资本结构	299
图表：2007-2008年四川浪莎控股股份有限公司获利能力分析	299
图表：2007-2008年四川浪莎控股股份有限公司经营能力分析	300
图表：2007-2008年四川浪莎控股股份有限公司偿债能力分析	300
图表：2007-2008年四川浪莎控股股份有限公司发展能力分析	300
图表：2007-2008年四川浪莎控股股份有限公司现金流量分析	300
图表：2007-2008年四川浪莎控股股份有限公司主营业务收入	301
图表：2007-2008年四川浪莎控股股份有限公司主营业务利润	301
图表：2007-2008年四川浪莎控股股份有限公司营业利润	301
图表：2007-2008年四川浪莎控股股份有限公司利润总额	302
图表：2007-2008年四川浪莎控股股份有限公司净利润	302
图表：中国时尚综合类杂志广告和发行收入排名	339
图表：内衣杂志类广告列表	344
图表：报纸内衣媒体列表	349
图表：各类网站特点及推荐指数	362

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47122.html>

### 三、研究方法

- 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](http://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。