



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国内衣市场全面 调研分析报告

一、调研说明

《2008-2009年中国内衣市场全面调研分析报告》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/47124.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

第一章 内衣产业基础及投资特性	1
第一节 内衣产业基础分析	1
一、研究范围界定	1
二、产业发展历程	3
第二节 产业投资特性分析	4
一 内衣产业特征分析	4
二 行业生命周期分析	5
三 行业盈利能力分析	6
四 行业进入退出壁垒分析	7
第二章 中国内衣市场现状研究分析	8
第一节 2007-2008年中国内衣市场	8
一 2002-2008年内衣市场规模	8
二 2007年内衣产品竞争格局	9
三 内衣产业区域格局分布	11
四 国内内衣重点企业盈利能力	12
第二节 2007年内衣市场运行特点	13
一 外销企业转型做内销	13
二 内衣连锁迷茫中前进	13
三 资本市场运作初露端倪	14
四 大的代理商上游进军	14
五 国际品牌继续探路	14
六 其他行业企业向内衣进军	14
七 家居服呈现井喷式增长	15
第三节 2007年内衣产品市场分析	15
一 保暖内衣：经营转型	15
二 常规内衣：规模化、差异化取胜	16
三 无缝内衣：洗牌将继续	17
四 家居服：战略调整	18

五 文胸：中低端市场竞争激烈	18
六 塑身内衣：迎来新高潮	19
第四节 行业问题及发展建议	20
一 中国内业存在的问题	20
二 中国内衣企业发展建议	21
第三章 2007年内衣细分市场分析	22
第一节 针织内衣市场分析	22
一 针织内衣市场现状	22
二 针织内衣市场消费	23
三 领先品牌竞争分析	24
第二节 女式内衣	25
一 女式内衣市场现状	25
二 女式内衣市场消费	27
三 领先品牌竞争分析	28
第三节 男士内衣	31
一 男士内衣市场现状	31
二 男士内衣市场消费	31
三 领先品牌竞争分析	33
第四章 2007年家居服市场分析	33
第一节 家居服市场	33
一 家居服定义	33
二 家居服产业概括	34
第二节 2007年家居服行业调研	34
一 2007年企业结构分析	35
二 2007年销售渠道分析	36
第三节 家居服市场容量分析	37
一 2010年市场容量分析(乐观估计)	37
二 2010年市场容量分析(悲观估计)	39
三 2010年市场规模(企业模型分析)	41

第五章 2008中国内衣进出口分析	43
第一节 2008年内衣进口分析	48
一 2002-2008年内衣总体进口情况	48
二 2002-2008年内衣进口产品分类	50
三 2002-2008年内衣进口来源国分析	56
第二节 2008年内衣出口分析	61
一 2002-2008年内衣总体出口情况	61
二 2002-2008年内衣出口产品分类	63
三 2002-2008年内衣出口走向国分析	69
第六章 中国内衣消费者特征分析	75
第一节 内衣消费群体构成分析	75
第二节 内衣消费购买行为分析	76
一 影响消费者购买行为的因素	76
二 内衣购买场所分析	77
三 内业消费风格分析	78
四 购买内衣偏好分析	80
第三节 内衣的消费心理	84
一 消费心理分析	84
二 中年女性消费分析	84
三 青年女性消费分析	88
四 不同收入的消费者分析	90
第七章 2007年内衣销售渠道分析	91
第一节 中国内衣销售渠道分析	91
一 中国内衣经销模式	91
二 中国内衣零售业态	92
第二节 国外内衣销售渠道分析	93
一 中外内衣销售基本方式的对比	93
二 外资品牌进入中国方式	94
第三节 2007中美内衣零售比较	95
一 2007年销售整体状况	95

二 2007年渠道特点分析	97
三 中美内衣材质偏好	98
四 中美市场特性分析	98
第四节 内衣销售渠道发展趋势分析	99
一 未来内衣销售渠道特征	99
二 内衣营销渠道呈现的趋势	100
第八章 中国内衣重点区域基地分析	100
第一节 中国内衣产业集群分析	101
一 广东汕头潮阳(优劣势,主要品牌,特色)	101
二 广东南海盐步(优劣势,主要品牌,特色)	102
三 广东深圳公明(优劣势,主要品牌,特色)	103
四 广东中山小榄(优劣势,主要品牌,特色)	103
五 福建晋江(优劣势,主要品牌,特色)	104
六 浙江义乌(优劣势,主要品牌,特色)	105
七 浙江温州(优劣势,主要品牌,特色)	106
八 上海(优劣势,主要品牌,特色)	107
九 江苏(优劣势,主要品牌,特色)	108
十 山东(优劣势,主要品牌,特色)	109
十一 北京(优劣势,主要品牌,特色)	110
第二节 重点基地调研-南海盐步	110
一 盐步内农业概况	110
二 盐步内农业五大优势	110
三 盐步内衣品牌与国际品牌之比较	112
四 行业领先品牌竞争力分析	113
第三节 重点基地调研-浙江义乌	114
一 内衣产业概括	114
二 产业结构分析	114
三 品牌格局分析	115
四 行业领先品牌竞争力分析	116
第四节 重点基地调研-温州内衣	116
一 温州内农业概况	116

二 重点企业竞争力 117

第五节 重点基地调研-深圳公明 117

一 产业总体概括 117

二 企业竞争力分析 118

第九章 重点内衣品牌企业竞争力分析 118

第一节 德国黛安芬 118

一 黛安芬概括 118

二 黛安芬在中国 119

三 黛安芬中国投资企业 119

第二节 台湾欧迪芬 120

一、欧迪芬概况 120

二、欧迪芬发展分析 121

三 欧迪芬中国投资企业 121

第三节 日本华歌尔 122

一 华歌尔概括 122

二 华歌尔在中国 122

三 中国投资企业分析 123

第四节 上海三枪 124

一 企业概括 124

二 产品线分析 125

三 企业运行情况分析 125

第五节 江苏AB 126

一 企业概括 126

二 产品系列 126

三 企业运行情况分析 126

第六节 北京爱慕 127

一 企业概况 127

二 企业运行分析 128

第七节 北京婷美 128

一 企业概括 128

二 企业运行分析 129

第八节 武汉猫人 130

一 企业概况 130

二 企业运行分析 130

第十章 未来中国内衣市场发展趋势 131

第一节 内衣市场发展趋势分析 131

一 细分市场的竞争将会有突出表现 131

二 概念化及个性化品牌将迅速崛起 131

三 品牌营销大有潜力 132

四 男性内衣---内衣市场的新亮点 133

五 功能性内衣将成为一大发展趋势 133

第二节 内衣消费发展趋势分析 134

一 内衣舒适化 134

二 内衣功能化 134

三 女性内衣外化 134

四 内衣个性化 134

第三节 内衣材料开发趋势分析 135

一、高科技、功能性和环保型的纺织品成为产品的主流 135

二、多种纤维混纺交织的织物日益普遍 135

三、高级棉织物仍将受到重视 135

第四节 内衣技术及产品开发趋势 136

一 无缝内衣 136

二 更薄更自然更具肌理效果 137

三 光电子纤维内衣 137

四 凉爽纤维内衣 137

五 活动软膜柔珠插片 138

六 全新内衣装饰 138

第五节 内衣细分市场发展趋势 138

第十一章 未来中国内衣市场投资机会分析 139

第一节 未来内衣发展影响因素分析 139

一 人民消费水平预测分析 139

二 未来服装产业发展分析	141
第二节 内衣产业投资动态分析	144
一 “鄂尔多斯”进军内衣市场	144
二 振汉袜业向全国代理商宣布将进军内衣市场	144
三 妃芬服饰进军内衣市场	144
四 纤丝鸟进军四季内衣市场	144
五 “美宝莲”进军内农业	145
第三节 内衣产业投资机遇及风险分析	145
重要声明	147

图表目录

图表 1 针织和钩编类内衣产品细分一览表	2
图表 3 中国内衣市场生命周期分析图	5
图表 4 2005年主要内衣生产企业赢利性分析	6
图表 5 2002-2008年中国内衣市场规模变化及预测 单位：亿元	8
图表 6 内衣行业区域分布图	12
图表 7 2005年中国主要内衣企业经营情况一览表 单位：千元	12
图表 8 2005年度中国针织内衣十强品牌	24
图表 9 2007年度中国针织服装（内衣）销售十强	25
图表 10 女性内衣品牌07年1月市场销售比例图	29
图表 11 2007年度中国针织服装（文胸）销售十强	30
图表 12 男士内衣产品规格划分及目标消费者	32
图表 13 2003-2010年中国家居服市场容量乐观分析一览表 单位:亿元	39
图表 14 2003-2010年中国家居服市场容量乐观分析变化趋势图 单位:亿元	39
图表 15 2005年中国家居服市场容量预测一览	40
图表 16 2003-2010年中国家居服市场容量悲观分析一览表 单位:亿元	40
图表 17 2003-2010年中国家居服市场容量悲观分析变化趋势图 单位:亿元	41
图表 18 2004-2005年家居服重点企业销售收入及利润一览表 单位:千元	42
图表 19 2004-2005年中国家居服市场规模预测一览表 单位:千元	42
图表 20 2005年不同比重家居服市场规模预测图 单位:千元	42
图表 21 2001 - 2007年1 - 6月中国内衣总体进口情况一览表 单位：件 / 千克，美元	48
图表 22 2001 - 2007年1 - 6月中国内衣进口数量变化图 单位：件/千克	49

图表 23	2001 - 2007年1 - 6月中国内衣进口金额变化图	单位：美元	49
图表 24	2002年中国内衣产品进口结构一览表	单位：单位：件 / 千克，美元	50
图表 25	2002年中国内衣产品进口金额结构比例图		50
图表 26	2003年中国内衣产品进口结构一览表	单位：单位：件 / 千克，美元	51
图表 27	2003年中国内衣产品进口金额结构比例图		51
图表 28	2004年中国内衣产品进口结构一览表	单位：单位：件 / 千克，美元	52
图表 29	2004年中国内衣产品进口金额结构比例图		52
图表 30	2005年中国内衣产品进口结构一览表	单位：单位：件 / 千克，美元	53
图表 31	2005年中国内衣产品进口金额结构比例图		53
图表 32	2006年中国内衣产品进口结构一览表	单位：单位：件 / 千克，美元	54
图表 33	2006年中国内衣产品进口金额结构比例图		54
图表 34	2007年1 - 6月中国内衣产品进口结构一览表	单位：单位：件 / 千克，美元	55
图表 35	2007年1 - 6月中国内衣产品进口金额结构比例图		55
图表 36	2002年中国内衣进口来源地区及国家一览表	单位：件 / 千克，美元	56
图表 37	2003年中国内衣进口来源地区及国家一览表		57
图表 38	2004年中国内衣进口来源地区及国家一览表		58
图表 39	2005年中国内衣进口来源地区及国家一览表		59
图表 40	2006年中国内衣进口来源地区及国家一览表		59
图表 41	2007年1 - 6月中国内衣进口来源地区一览表		60
图表 42	2001 - 2007年1 - 6月中国内衣总体出口情况一览表	单位：件 / 千克，美元	61
图表 43	2001 - 2007年1 - 6月中国内衣出口数量变化图	单位：件/千克	61
图表 44	2001 - 2007年1 - 6月中国内衣出口金额变化图	单位：美元	62
图表 45	2002年中国内衣产品出口结构一览表	单位：单位：件 / 千克，美元	63
图表 46	2002年中国内衣产品出口金额结构比例图		63
图表 47	2003年中国内衣产品出口结构一览表	单位：单位：件 / 千克，美元	64
图表 48	2003年中国内衣产品出口金额结构比例图		64
图表 49	2004年中国内衣产品出口结构一览表	单位：单位：件 / 千克，美元	65
图表 50	2004年中国内衣产品出口金额结构比例图		65
图表 51	2005年中国内衣产品出口结构一览表	单位：单位：件 / 千克，美元	66
图表 52	2005年中国内衣产品出口金额结构比例图		66
图表 53	2006年中国内衣产品出口结构一览表	单位：单位：件 / 千克，美元	67
图表 54	2006年中国内衣产品出口金额结构比例图		67

图表 55	2007年1 - 6月中国内衣产品出口结构一览表	单位：件 / 千克，美元	68
图表 56	2007年1 - 6月中国内衣产品出口金额结构比例图		68
图表 57	2002年中国内衣出口地区及国家一览表	单位：件 / 千克，美元	70
图表 58	2003年中国内衣出口地区及国家一览表	单位：件 / 千克，美元	71
图表 59	2004年中国内衣出口地区及国家一览表	单位：件 / 千克，美元	72
图表 60	2005年中国内衣出口地区及国家一览表	单位：件 / 千克，美元	72
图表 61	2006年中国内衣出口地区及国家一览表	单位：件 / 千克，美元	73
图表 62	2007年1 - 6月中国内衣出口地区及国家一览表	单位：件 / 千克，美元	74
图表 63	2005年中国按年龄和性别分人口数一览表		75
图表 64	消费者购买内衣主要考虑的因素 (%)		76
图表 65	消费者内衣购买场所 (单位：%)		78
图表 66	整体着装风格变化情况 (单位：%)		78
图表 67	现代女性购买内衣时的考虑因素对比图		80
图表 68	女性购买内衣注重的功能		82
图表 69	现代女性对内衣的消费理念		82
图表 70	古今内衣消费者的品牌搭配		83
图表 71	三类女性群体的特征和对内衣的态度		90
图表 72	五种主要经销模式目前所占市场份额估计比例图		92
图表 73	女性内衣五种主要零售业态的现状和地位		93
图表 74	2005年中国南海盐步重点内衣企业竞争力一览表	单位:千元	113
图表 75	义乌内衣品牌一览表		115
图表 76	2005年中国浙江义乌重点内衣企业竞争力一览表	单位:千元	116
图表 77	2005年中国温州重点内衣企业竞争力一览表	单位:千元	117
图表 78	2005年中国深圳公明重点内衣企业竞争力一览表	单位:千元	118
图表 79	2003 - 2005年盐城国际妇女时装有限公司运行情况	单位：千元	119
图表 80	2003 - 2005年海南优美内衣有限公司运行情况	单位：千元	120
图表 81	2003 - 2005年上海欧迪芬内衣精品有限公司运行情况	单位：千元	121
图表 82	2003 - 2005年华歌尔 (中国) 时装有限公司运行情况	单位：千元	123
图表 83	2003 - 2005年广东华歌尔时装有限公司运行情况	单位：千元	123
图表 84	上海三枪集团产品系列一览表		125
图表 85	2003 - 2005年上海三枪制衣厂有限公司运行情况	单位：千元	125
图表 86	2003 - 2005年江苏AB集团有限责任公司运行情况	单位：千元	126

- 图表 87 2003 - 2005年北京爱慕内衣有限公司运行情况 单位：千元 128
- 图表 88 2003 - 2005年婷美集团保健科技有限公司运行情况 单位：千元 129
- 图表 89 2003 - 2005年武汉猫人服饰有限公司运行情况 单位：千元 130
- 图表 90 1978 - 2005年中国城乡人均可支配收入对比图 139
- 图表 91 城乡居民恩格尔系数变化趋势图 140
- 图表 92 1990-2005年城镇居民家庭基本情况支出构成一览表 单位：% 140
- 图表 93 1990-2005年农村居民家庭平均每人生活消费支出构成一览表 单位：% 141

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47124.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）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。