



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007-2008年中国内衣市场跟踪 调研分析报告

一、调研说明

《2007-2008年中国内衣市场跟踪调研分析报告》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/47386.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分析	1
第一节 内衣产业基础分析	1
一 行业界定及主要产品	1
二 行业发展历程	3
第二节 内衣行业投资特性分析	3
一 内衣行业特征分析	3
二 行业生命周期分析	4
三 行业盈利能力分析	5
四 行业进入退出壁垒分析	5
第二章 2006 - 2007年中国内衣市场现状分析	6
第一节 2006年中国内衣市场分析	6
一 2002-2006年中国内衣市场规模	6
二、中国内衣市场产品竞争格局	7
三、中国内衣产业区域格局分布	8
四、中国内衣重点企业盈利能力	9
第二节 2007年中国内衣市场动态分析	10
一 保暖内衣：经营转型	10
二 常规内衣：规模化、差异化取胜	11
三 无缝内衣：洗牌将继续	11
四 家居服：战略调整	12
五 文胸：中低端市场竞争激烈	12
六 塑身内衣：迎来新高潮	13
第三节 内衣行业存在的问题及发展建议	13
一、中国内业存在的问题	13
二、中国内衣企业发展建议	14
第三章 2006 - 2007年内衣细分市场分析	15
第一节 针织内衣市场分析	15

一、针织内衣市场现状	15
二 针织内衣市场消费	15
三、领先品牌竞争分析	16
第二节 女式内衣	18
一 女式内衣市场现状	18
二 女式内衣市场消费	19
三 领先品牌竞争分析	20
第三节 男士内衣	22
一 男士内衣市场现状	22
二 男士内衣市场消费	22
三 领先品牌竞争分析	23
第四章 热点产品 - 家居服市场分析	24
第一节 家居服概括	24
一 家居服定义	24
二 家居服产业概括	24
第二节 2003-2006年家居服市场容量分析	24
一 2003-2006年家居服市场容量分析(乐观估计)	25
二 2003-2006年家居服市场容量分析(悲观估计)	26
三 2003-2006年家居服市场规模(企业模型分析)	27
第五章 中国内衣消费者特征分析	29
第一节 内衣消费群体构成分析	29
第二节 内衣消费购买行为分析	30
一 影响消费者购买行为的因素	30
二 内衣购买场所分析	31
三 内业消费风格分析	32
四 购买内衣偏好分析	33
第三节 内衣的消费心理	36
一 消费心理分析	36
二 中年女性消费分析	37
三 青年女性消费分析	39

四 不同收入的消费者分析	40
第六章 内衣销售渠道分析	41
第一节 中国内衣销售渠道分析	41
一 中国内衣经销模式	41
二 中国内衣零售业态	42
第二节 国外内衣销售渠道分析	43
一、中外内衣销售基本方式的对比	43
二、外资品牌进入中国方式	44
第三节 内衣销售渠道发展趋势分析	44
一 未来内衣销售渠道特征	44
二 内衣营销渠道呈现的趋势	45
第七章 中国内衣重点区域基地分析	45
第一节 南海盐步	45
一 盐步内衣业概况	45
二 盐步内衣业五大优势	45
三 盐步内衣品牌与国际品牌之比较	46
四 行业领先品牌竞争力分析	47
第二节 浙江义乌	48
一 内衣产业概括	48
二 产业结构分析	48
三 品牌格局分析	48
四 行业领先品牌竞争力分析	50
第三节 温州内衣	50
一 温州内衣业概况	50
二 重点企业竞争力	50
第四节 深圳公明	51
一 产业总体概括	51
二 企业竞争力分析	51
第八章 重点内衣品牌企业竞争力分析	51

第一节 德国黛安芬	51
一 黛安芬概括	51
二 黛安芬在中国	52
三 黛安芬中国投资企业	52
第二节 台湾欧迪芬	53
一、欧迪芬概况	53
二、欧迪芬发展分析	53
三 欧迪芬中国投资企业	54
第三节 日本华歌尔	54
一 华歌尔概括	54
二 华歌尔在中国	54
三 中国投资企业分析	55
第四节 上海三枪	56
一 企业概括	56
二 产品线分析	56
三 企业运行情况分析	56
第五节 江苏AB	57
一 企业概括	57
二 产品系列	57
三 企业运行情况分析	57
第六节 北京爱慕	58
一 企业概况	58
二 企业运行分析	58
第七节 北京婷美	59
一 企业概括	59
二 企业运行分析	59
第八节 武汉猫人	60
一 企业概况	60
二 企业运行分析	60
第九章 未来中国内衣市场发展趋势	61
第一节 内衣市场发展趋势分析	61

一 细分市场的竞争将会有突出表现	61
二 概念化及个性化品牌将迅速崛起	61
三 品牌营销大有潜力	61
四 男性内衣---内衣市场的新亮点	62
五 功能性内衣将成为一大发展趋势	62
第二节 内衣消费发展趋势分析	63
一 内衣舒适化	63
二 内衣功能化	63
三 女性内衣外化	63
四 内衣个性化	63
第三节 内衣材料开发趋势分析	64
一、高科技、功能性和环保型的纺织品成为产品的主流	64
二、多种纤维混纺交织的织物日益普遍	64
三、高级棉织物仍将受到重视	64
第四节 内衣技术及产品开发趋势	64
一 无缝内衣	65
二 更薄更自然更具肌理效果	65
三 光电子纤维内衣	65
四 凉爽纤维内衣	66
五 活动软膜柔珠插片	66
六 全新内衣装饰	66
第五节 内衣细分市场发展趋势	66
第十章 未来中国内衣市场投资机会分析	67
第一节 未来内衣发展影响因素分析	67
一 人民消费水平预测分析	67
二 未来服装产业发展分析	69
第二节 内衣产业投资动态分析	70
一 “鄂尔多斯”进军内衣市场	70
二 振汉袜业向全国代理商宣布将进军内衣市场	70
三 妃芬服饰进军内衣市场	71
四 纤丝鸟进军四季内衣市场	71

五 “美宝莲”进军内衣业 71

第三节 内衣产业投资机遇及风险分析 71

图表目录

- 图表 1 针织和钩编类内衣产品细分一览表 1
- 图表 2 非针织和非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 4
- 图表 4 2005年主要内衣生产企业赢利性分析 5
- 图表 5 2002-2006年中国内衣市场规模变化及预测 单位：亿元 6
- 图表 6 内衣行业区域分布图 9
- 图表 7 2005年中国主要内衣企业经营情况一览表 单位：千元 9
- 图表 8 2005年度中国针织内衣十强品牌 16
- 图表 9 2004年针织内衣品牌市场综合占有率一览表 17
- 图表 10 2004年针织内衣品牌市场综合占有率对比图 18
- 图表 11 女性内衣品牌07年1月市场销售比例图 20
- 图表 12 男士内衣产品规格划分及目标消费者 22
- 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 26
- 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 26
- 图表 15 2005年中国家居服市场容量预测一览 27
- 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 27
- 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 27
- 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 28
- 图表 19 2004-2005年中国家居服市场规模预测一览表 单位:千元 28
- 图表 20 2005年不同比重家居服市场规模预测图 单位:千元 28
- 图表 21 2005年中国按年龄和性别分人口数一览表 29
- 图表 22 消费者购买内衣主要考虑的因素(%) 30
- 图表 23 消费者内衣购买场所(单位:%) 31
- 图表 24 整体着装风格变化情况(单位:%) 32
- 图表 25 现代女性购买内衣时的考虑因素对比图 33
- 图表 26 女性购买内衣注重的功能 34
- 图表 27 现代女性对内衣的消费理念 35
- 图表 28 古今内衣消费者的品牌搭配 36

图表 29	三类女性群体的特征和对内衣的态度	41
图表 30	五种主要经销模式目前所占市场份额估计比例图	42
图表 31	女性内衣五种主要零售业态的现状和地位	42
图表 32	2005年中国南海盐步重点内衣企业竞争力一览表	单位:千元 47
图表 33	义乌内衣品牌一览表	48
图表 34	2005年中国浙江义乌重点内衣企业竞争力一览表	单位:千元 50
图表 35	2005年中国温州重点内衣企业竞争力一览表	单位:千元 50
图表 36	2005年中国深圳公明重点内衣企业竞争力一览表	单位:千元 51
图表 37	2003 - 2005年盐城国际妇女时装有限公司运行情况	单位：千元 52
图表 38	2003 - 2005年海南优美内衣有限公司运行情况	单位：千元 53
图表 39	2003 - 2005年上海欧迪芬内衣精品有限公司运行情况	单位：千元 54
图表 40	2003 - 2005年华歌尔（中国）时装有限公司运行情况	单位：千元 55
图表 41	2003 - 2005年广东华歌尔时装有限公司运行情况	单位：千元 55
图表 42	上海三枪集团产品系列一览表	56
图表 43	2003 - 2005年上海三枪制衣厂有限公司运行情况	单位：千元 57
图表 44	2003 - 2005年江苏AB集团有限责任公司运行情况	单位：千元 57
图表 45	2003 - 2005年北京爱慕内衣有限公司运行情况	单位：千元 58
图表 46	2003 - 2005年婷美集团保健科技有限公司运行情况	单位：千元 59
图表 47	2003 - 2005年武汉猫人服饰有限公司运行情况	单位：千元 60
图表 48	1978 - 2005年中国城乡人均可支配收入对比图	67
图表 49	城乡居民恩格尔系数变化趋势图	68
图表 50	1990-2005年城镇居民家庭基本情况支出构成一览表	单位：% 68
图表 51	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：% 68

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47386.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。