



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007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

《2007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/47615.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

内容简介

2007年，对于常规内衣企业来说，规模化、差异化取胜已经成为一种必然趋势。企业要么就做大做强，以规模来造就优势，要么就大胆进行创新，利用差异化的战略来打开局面。2007年，莫代尔、大豆纤维等将和棉料一样，成为内衣中的主流产品面料。这些高科技产品经过几年的时间验证，通过工艺的不断调整改进，如今应用技术已经基本成熟，它们比棉产品穿着更舒适，拥有更好的手感，因为，在讲究生活品质的今天，畅销也会是必然的。甚至，以莫代尔原料等制成的内裤产品，也将是2007年的热销产品。随着经济水平的提高，空调暖气等让人们离冬天越来越遥远，舒适将成为选择内衣的首选；所以，2007年，薄型内衣产品将走俏市场，比如广东品牌欧莉娅已经打出了“薄型内衣专家”的口号。珊瑚绒、智能纤维产品等则有可能成为行业新热点。2007年，无缝内衣行业的洗牌将继续，大浪淘沙，留下来将是一些具备一定生产规模、具备一定品牌意识、拥有自主产品开发设计能力、品牌形象较好的比较成熟的企业，经营不善的企业只能退出这片市场。而有些企业则会转型专业从事外销加工的工作。行业整体发展将会趋向理性，生存下来的企业将更加务实。2007年，无缝企业自主创新能力将进一步加强，比如无缝保暖、无缝家居等产品会日渐成熟。受市场竞争压力的影响，浙江义乌、广东汕头等地无缝企业设计、营销等专业人才缺口将会很大。

2007年，更多的家居服品牌将涌现。企业设计、营销创新能力会普遍增强。比如深圳凯迪集团旗下的新世家族品牌，仅用5年时间，就进入了家居服品牌第一阵营，算得上是一匹不折不扣的黑马，其产品设计已形成了自身的风格。同时，该公司在2006年广州中针会上推出“二十一世家”家居连锁模式在行业亦算一个创新。其他诸如中山民森集团推广的运动休闲家居EK等也自成一派，颇有其独到之处。2007年，家居服设计人才缺口非常大，众多的企业进行产品延伸推出家居服前期都是通过仿版贴牌生产，找到感觉后的企业开始会追求自己的设计风格，内衣设计师本来就属于紧俏人才，家居服设计师更是少之又少。人才资源的争夺必然会出现。家居服在设计上将突破传统睡衣的界限，赋予更多风格，并能适应多种环境的穿着，个性化的家居服也呼之欲出。2007年3月，为推动家居服行业健康有序的发展，由中纺协主办的家居服行业首个行业峰会将在南京中针会期间召开，行业重量级的老总、专家们均将出席本次会议。

2007年，由于进入门槛比较高，高端文胸这一块市场仍旧会比较稳定，很难有新的品牌来撼动他们的地位。而一些国际大品牌还只是在国内市场试水，在局部地区开设一些专卖店或专柜，而有些国际品牌则是通过授权国内经销商运作的，一时之间还难成什么气候，也不会成为她们的竞争对手。文胸市场最大的竞争层面应该会转移到中低端市场，主流价格在30~80之间的品牌会越来越多。为谋求生存，做流通的企业开始纷纷向品牌化运作转型。2007年，受国际市场各类政策的制约影响，一批外销企业会逐渐转型成为内销企业。还有诸如名门闺秀等化妆品企业也瞄上了文胸市场，不排除一些企业大手笔投入市场造势的可能，市场也许将会发生一些革命性的变化。文胸行业是最需要进行营销创新的，传统的文胸企业大多还停留在产品和价格竞争的层面上，远远还没有上升到品牌竞争的程度。不过，2007年，保暖内衣行业整体将继续衰落。早期保暖内衣营销手法的本质是类似保健品等的操作模式，利用新产品的高利润，用高投入来追求高回报，属于一种赚快钱的短期行为，当行业的利润率回归到大众产品的利润时，行业就必然要进入衰退期了。2007年的保暖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。为增强竞争力，稳住市场份额，还有一些保暖内衣企业则会在成本控制方面下足工夫，通过营销成本、原材料成本等的控制，实打实的降低产品价格，来增强其价格竞争力。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国服装协会、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、进出口贸易变化、竞争格局等进行了详细的分析。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、领先企业经营情况、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。本报告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、儿童内衣等进行系统地分析，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论述。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。本报告内容丰富、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（进入、退出、整合、升级等），规避风险，投资、决策的有力助手。

第一部分 行业发展分析	
第一章 内衣定义及内衣行业投资性分析	1
第一节 内衣行业相关定义及分类	1
一、根据内衣不同品种来划分	1
二、根据内衣制造的面料来划分	2
三、根据内衣的功能来划分	2
四、根据穿着的不同场合来划分	3
第二节 内衣行业特征和投资特性分析	4
一、内衣行业特征	4
二、内衣行业投资特性	6
第二章 我国服装行业发展分析	10
第一节 国内服装行业发展概况	10
一、服装总体市场分析	10
二、服装市场细分分析	11
三、服装品牌运营模式分析	15
四、消费者购买心理分析	17
五、纺织服装市场新模式正在涌现	18
第二节 2006年我国服装行业经济运行情况分析	21
一、2006年服装行业景气度提升	21
二、2006年服装行业生产与集中度情况	22
三、2006年服装行业规模与效益增速情况	24
四、2006年服装行业亏损面与利润增幅情况	25
五、2006年服装行业效益指标与综合指数上升情况	26
六、2006年服装行业投资情况分析	27
七、2006年服装行业出口概况与国际竞争力水平	28
八、2006年服装行业发展值得关注的问题	29
第三节 2006年我国服装行业标准制定情况	29
一、2006年服装标准制修订及报批情况	29
二、2006年洗涤褪色服装将出行业国标	30
三、2006年《纳米技术处理服装》正式列入广东省地方标准	32

第四节 2007年我国服装行业发展趋势	34
一、2007年服装市场前景预测	34
二、2007年中国服装流行元素	35
三、2007年针织服装发展新趋势分析	36
四、2007春夏季节 服装面料消费观	38
第三章 内衣行业发展分析	41
第一节 全球内业发展概述	41
一、世界内业发展历程	41
二、国际内业特征分析	42
三、国际内衣市场最新动向	43
四、国内外的运动胸衣发展情况分析	45
第二节 中国内衣行业发展现状	50
一、中国内衣目前的现状分析	50
二、内衣设计师的需求现状与人才分析	52
三、2006内衣行业十大新闻	55
四、2006内衣行业发展情况分析	59
五、2006年内衣产品质量情况	64
六、从2006年第87届中针会看中国内衣行业的发展趋势	65
七、都市女性内衣趋于高档	70
第三节 2007年中国内衣行业展望	71
一、2007年中国内衣行业展望	71
二、2007年中国内衣行业品牌发展趋势	72
第四章 内衣重点生产区域分析	78
第一节 珠三角内衣行业分析	78
一、珠三角内衣行业扬帆远航	78
二、广东内衣从产业集聚到品牌集聚	81
第二节 广东南海盐步内衣业	89
一、南海盐步内衣行业发展概况	89
二、五大优势凸显“中国内衣名镇”	91
第三节 深圳内衣业	93

一、深圳内衣年产值分析	93
二、深圳内衣品牌分析	94
第四节 浙江义乌内衣业	97
一、义乌成为全国最大的无缝内衣生产基地	97
二、全球最大内衣厂将在义乌出现	97
第五节 温州内衣业	99
第二部分 市场现状分析	
第五章 内衣国内市场分析	109
第一节 中国内衣市场现状分析	109
一、中国内衣行业的发展回顾	109
二、内衣市场销售规模	111
三、2006年中国内衣市场发展情况分析	112
四、2006年功能性内衣市场分析	117
第二节 中国内衣市场趋势分析	120
一、中国内衣发展与与时俱进	120
二、2007年的中国内衣市场预测	122
三、2007年中国内衣市场国际化竞争情况预测	123
第六章 内衣各细分市场	127
第一节 女式内衣	127
一、统计表明中国妇女需要更大的胸罩	127
二、女性内衣市场分析	128
三、2006年女性内衣品牌消费情况分析	132
四、2006年全国各地女士内衣市场品牌占有率	133
五、女性高端内衣竞争步入技术年	138
第二节 男式内衣	139
一、男式内衣集体告别无诉求时代	139
二、男士内衣市场发展特点分析	141
三、男性内衣市场竞争策略	142
第三节 保暖内衣	147
一、保暖内衣的类型	147

二、2006年全国秋冬保暖内衣市场分析	147
三、2006年保暖内衣成本构成调查	148
四、2006年保暖内衣消费与销售均显理性	151
五、2006年羽绒内衣行业发展情况	153
六、2006年全国各地保暖内衣市场品牌占有率	154
七、保暖内衣行业面临洗牌	163
八、保暖内衣蓝海策略	165
第四节 情趣内衣市场发展特点分析	166
一、内衣行业的隐形冠军	166
二、情趣内衣走上前台	168
第五节 家居服市场	168
第六节 儿童内衣	169
第七节 无缝内业	172
第七章 中国内衣产品进出口市场分析	175
第一节 2006年我国服装进出口情况分析	175
一、2006年我国服装出口情况	175
二、2006年我国内衣产品出口概况	175
三、2006年我国服装出口形势分析	176
四、2006年服装出口市场的差异解析	180
第二节 2006年我国针织或钩编类内衣产品进出口数据	183
一、2006年我国针织或钩编男内衣进口数据	183
二、2006年我国针织或钩编男内衣出口数据	188
三、2006年我国针或钩织女内衣进口数据	194
四、2006年我国针或钩织女内衣出口数据	200
第三节 2006年我国非针织或非钩编类内衣产品进出口数据	206
一、2006年我国非针织或非钩编男内衣进口数据	206
二、2006年我国非针织或非钩编男内衣出口数据	210
三、2006年我国非针织或非钩编女内衣进口数据	216
四、2006年我国非针织或非钩编女内衣出口数据	222
五、2006年我国非针织或非钩编胸罩等进口数据	228
六、2006年我国非针织或非钩编胸罩等出口数据	233

第四节 未来我国服装出口前景及对策分析	237
一、我国纺织服装业出口贸易最佳发展期	237
二、2007年输欧纺织品服装配额销售情况	241
三、2007至2008年后纺织服装贸易形势及对策分析	242

第五节 主要出口市场分析 244

一、日本	244
二、香港	245
三、欧盟	245
四、法国	248
五、美国	249
六、韩国	251
七、俄罗斯	252
八、乌克兰	253

第三部分 消费者及需求分析

第八章 内衣消费者分析 255

第一节 内衣目标市场构成分析 255

第二节 内衣消费者购买行为分析 259

一、消费者购买行为类型	259
二、影响消费者购买行为的因素	265
三、内衣购买行为分析	267

第三节 都市人内衣消费习惯和观念调查 273

一、专卖店——品牌消费的主力场所	274
二、品牌和面料为消费者购买的主要考虑因素	274
三、新颖、时尚、个性成为内衣风格变化的三要素	275
四、对异性穿着的欣赏成为时尚个性内衣流行的源动力	276
五、结识新异性对时尚个性内衣的需求成为消费的新亮点	277
六、内衣消费渐趋品牌化	278
七、内衣款式应朝新颖、时尚、个性化方向发展	278
八、消费者期待个性内衣品牌市场分析	278

第四节 内衣的消费心理 281

一、消费心理分析	281
----------	-----

二、中年女性消费行为特点与营销策略	282
三、青年的消费心理特征及对企业营销的启示	287
第五节 内衣消费者购买偏好分析	292
一、男性购买内衣偏好分析	292
二、国内四大城市内衣穿着取向调查	295
三、纯棉内衣最受众消费者青睐	295
四、2006年内衣市场流行讲安全	297
第九章 内衣市场需求分析	298
第一节 影响内衣需求的因素分析	298
一、内衣需求的特点	298
二、影响内衣需求的因素	300
第二节 消费者收入分析	312
第三节 内衣需求发展趋势	314
第四部分 行业竞争分析	
第十章 内衣市场销售渠道分析	317
第一节 中国内衣销售渠道	317
一、传统内衣销售渠道	317
二、内衣市场呼唤新的营销模式	319
三、新兴内衣销售渠道	321
四、内衣专卖将是内衣业发展的必然趋势	322
第二节 国外内衣销售渠道	324
一、中外内衣销售基本方式的对比	324
二、欧洲品牌内衣销售方式	326
三、美国服装零售系统给中国内衣企业的借鉴	327
第十一章 营销策略分析	332
第一节 内衣终端营销策略	332
一、内衣终端如何做促销	332
二、调整内衣在美容院开辟销售新路	335
第二节 内衣品牌广告传播策略和目标的确定	337

一、 广告传播策略的确定	337
二、 广告传播目标的确定	340
第三节 品牌扩建市场份额策略	341
一、 广告宣传	341
二、 专卖店的形象建设	342
三、 事件宣传	342
四、 参与服装交易会	343
第四节 内衣企业营销创新策略	343
一、 渠道的创新	344
二、 终端的创新	344
三、 设计创新	345
第十二章 中国内衣市场竞争格局及主要品牌分析	346
第一节 区域竞争格局	346
第二节 内衣品牌现状	348
一、 2006年度内衣优势品牌及企业	348
二、 中国内农业品牌欠缺严重	349
三、 各大内衣品牌广州市场调查报告	352
四、 打造内衣品牌正当时	356
第三节 国际著名品牌分析	360
一、 欧迪芬	360
二、 康妮雅	360
三、 黛安芬	360
四、 安莉芳	362
五、 奥黛莉	362
第四节 国内著名品牌分析	362
一、 宜而爽	362
二、 三枪	363
三、 爱慕	364
四、 婷美	364
五、 古今	365
六、 AB	365

- 七、桑扶兰 366
- 八、美思 366
- 九、南极人 367
- 十、红豆 367
- 十一、康奈 371
- 十二、浪莎 373
- 十三、爱帝 378

第五部分 发展趋势及策略

第十三章 行业发展趋势与企业发展策略分析 379

第一节 中国内衣行业的发展趋势分析 379

一、内衣新产品开发方向 379

二、内衣面料开发趋势 380

三、内衣行业色彩流行趋势 380

四、内衣企业的国际化趋势 382

第二节 内衣目标市场发展趋势 382

一、女性内衣市场 382

二、男性内衣市场 384

三、儿童内衣市场 386

第三节 内衣流行趋势 387

一、内衣的流行特点 387

二、2007欧洲内衣流行趋势 388

三、2007年内衣流行趋势 389

第四节 2007及未来几年内衣行业发展策略 392

一、国内内衣市场格局 392

二、针织内衣发展方向 393

三、保暖内衣发展策略 394

四、塑身内衣发展策略 395

五、文胸企业发展策略 397

六、内衣企业突破发展瓶颈策略 398

第五节 内衣品牌发展策略 402

一、内衣品牌规划之品牌战略方针实施 402

二、内衣企业如何提高品牌忠诚度 405

三、内衣品牌国际化运作十条通路 425

图表目录

图表：“十五”服装产量及增幅示意图 10

图表：2005年与2004年服装产量分月增长幅度对比图 11

图表：2005年人口主要构成情况 13

图表：2006年1-9月我国服装产量 23

图表：2005年2-12月服装产品产量全国合计 23

图表：2006年2-12月服装产品产量全国合计 24

图表：2006年1-9月我国服装行业效益指标分析（1） 25

图表：2006年1-9月我国服装行业效益指标分析（2） 25

图表：2005年9月-2006年9月我国服装行业和纺织行业的利润增长水平对比图 26

图表：2006年1-9月我国服装行业主要效益指标 27

图表：2006年1-9月我国纺织服装行业投资表 28

图表：2005-2006年9月年纺织服装业累计固定资产投资增速 28

图表：2006年第一批国家标准制修订项目 30

图表：2006年8月全国重点批发、零售企业商品零售类值及零售女性内衣数量统计 117

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据华北地区前十位品牌综合市场占有率 133

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据东北地区前十位品牌综合市场占有率 133

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据华东地区前十位品牌综合市场占有率 134

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据中南地区前十位品牌综合市场占有率 134

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据西北地区前十位品牌综合市场占有率 135

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据西南地区前十位品牌综合市场占有率 135

图表：2006年9月大型商场女士内衣销售中南地区前十位品牌综合市场占有率 136

图表：2006年9月大型商场女士内衣销售西南地区前十位品牌综合市场占有率 136

图表：2006年9月大型商场女士内衣销售西北地区前十位品牌综合市场占有率 137

图表：2006年9月大型商场女士内衣销售华东地区前十位品牌综合市场占有率 137

图表：2000-2006年Q3保暖内衣销售趋势图 148

图表：2006年1月全国大型商场保暖内衣市场销售华北地区前十位品牌市场综合占有率 154

图表：2006年1月全国大型商场保暖内衣市场销售东北地区前十位品牌市场综合占有率 154

图表：2006年1月全国大型商场保暖内衣市场销售华东地区前十位品牌市场综合占有率 155

图表：2006年1月全国大型商场保暖内衣市场销售中南地区前十位品牌市场综合占有率	155
图表：2006年1月全国大型商场保暖内衣市场销售西北地区前十位品牌市场综合占有率	156
图表：2006年1月全国大型商场保暖内衣市场销售西南地区前十位品牌市场综合占有率	156
图表：2006年2月中南地区保暖内衣前十位品牌市场综合占有率	157
图表：2006年2月西北地区保暖内衣前十位品牌市场综合占有率	157
图表：2006年2月西南地区保暖内衣前十位品牌市场综合占有率	158
图表：2006年2月华北地区保暖内衣前十位品牌市场综合占有率	158
图表：2006年2月东北地区保暖内衣前十位品牌市场综合占有率	159
图表：2006年2月华东地区保暖内衣前十位品牌市场综合占有率	159
图表：2006年8月中南地区保暖内衣市场销售排行	160
图表：2006年8月西北地区保暖内衣市场销售排行	160
图表：2006年8月西南地区保暖内衣市场销售排行	161
图表：2006年8月华北地区保暖内衣市场销售排行	161
图表：2006年8月东北地区保暖内衣市场销售排行	162
图表：2006年8月华东地区保暖内衣市场销售排行	162
图表：2005年2-12月儿童服装产品产量全国合计	172
图表：2006年2-12月儿童服装产品产量全国合计	172
图表：2006年1—2月我国内衣出口情况	175
图表：2006年1—2月我国内衣出口日本、欧盟和美国情况	176
图表：2001年-2006年6月各月服装出口对比	177
图表：2006年上半年服装出口各贸易方式情况：	178
图表：2006年1-6月全国纺织品服装进出口市场金额占比	181
图表：2006年1-6月全国纺织品服装主要出口国家出口金额占比	182
图表：2006年1月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	183
图表：2006年2月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	184
图表：2006年3月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	184
图表：2006年4月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	184
图表：2006年5月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	185
图表：2006年6月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	185
图表：2006年7月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	185
图表：2006年8月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	186
图表：2006年9月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	186

图表：2006年6月我国针或钩织女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据	202
图表：2006年7月我国针或钩织女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据	203
图表：2006年8月我国针或钩织女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据	203
图表：2006年9月我国针或钩织女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据	204
图表：2006年10月我国针或钩织女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据	204
图表：2006年11月我国针或钩织女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据	205
图表：2006年12月我国针或钩织女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据	205
图表：2006年1月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	206
图表：2006年2月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	206
图表：2006年3月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	207
图表：2006年4月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	207
图表：2006年5月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	207
图表：2006年6月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	208
图表：2006年7月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	208
图表：2006年8月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	208
图表：2006年9月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	209
图表：2006年10月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	209
图表：2006年11月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	209
图表：2006年12月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据	210
图表：2006年1月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据	

210

图表：2006年2月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据

211

图表：2006年3月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据

211

图表：2006年4月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据

212

图表：2006年5月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据

212

图表：2006年6月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据

213

图表：2006年7月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据

213

图表：2006年8月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据

214

图表：2006年9月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据

214

图表：2006年10月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据 215

图表：2006年11月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据 215

图表：2006年12月我国非针织或非钩编男背心及其他内衣裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据 216

图表：2006年1月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等进口数据 216

图表：2006年2月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等进口数据 217

图表：2006年3月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等进口数据 217

图表：2006年4月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等进口数据 218

图表：2006年5月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等进口

数据 218

图表：2006年6月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等进口

数据 219

图表：2006年7月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等进口

数据 219

图表：2006年8月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等进口

数据 219

图表：2006年9月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等进口

数据 220

图表：2006年10月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等进

口数据 220

图表：2006年11月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等进

口数据 221

图表：2006年12月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等进

口数据 221

图表：2006年1月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等出口

数据 222

图表：2006年2月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等出口

数据 222

图表：2006年3月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等出口

数据 223

图表：2006年4月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等出口

数据 223

图表：2006年5月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等出口

数据 224

图表：2006年6月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等出口

数据 224

图表：2006年7月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等出口

数据 225

图表：2006年8月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等出口

数据 225

图表：2006年9月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等出口

数据 226

图表：2006年10月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等出口数据 226

图表：2006年11月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等出口数据 227

图表：2006年12月我国非针织或非钩编女背心等内衣、衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴晨衣等出口数据 227

图表：2006年1月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等进口数据 228

图表：2006年2月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等进口数据 228

图表：2006年3月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等进口数据 229

图表：2006年4月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等进口数据 229

图表：2006年5月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等进口数据 229

图表：2006年6月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等进口数据 230

图表：2006年7月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等进口数据 230

图表：2006年8月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等进口数据 231

图表：2006年9月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等进口数据 231

图表：2006年10月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等进口数据 231

图表：2006年11月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等进口数据 232

图表：2006年12月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等进口数据 232

图表：2006年1月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等出口数据

233

图表：2006年2月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等出口数据

233

图表：2006年3月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等出口数据

234

图表：2006年4月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等出口数据

234

图表：2006年5月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等出口数据

234

图表：2006年6月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等出口数据

235

图表：2006年7月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等出口数据

235

图表：2006年8月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等出口数据

235

图表：2006年9月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等出口数据

236

图表：2006年10月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等出口数据

236

图表：2006年11月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等出口数据

236

图表：2006年12月我国非针织或非钩编胸罩、腹带、紧身胸衣、吊裤带、吊袜带等出口数据

237

图表：2005-2006年7月欧元区市场纺织品服装消费走势 246

图表：2001-2006年5月欧洲从世界进口纺织品服装情况 246

图表：2001-2006年5月欧洲纺织品服装进口五大来源——进口增速 247

图表：2006年1-5月欧洲纺织品服装进口价格变化 248

图表：2006年1-6月对欧洲重点监测部分产品情况 248

图表：2006年1-11月美国从中国进口纺织品服装分产品进口统计 250

图表：2006年1-11月美国服装进口按进口金额排列前五名的国家和地区 251

图表：2006年1-11月美国服装进口按进口数量排列前五名的国家和地区 251

图表：2005年人口主要构成情况 255

图表：购买行为的4种类型	262
图表：消费者购买一次内裤的时间间隔	268
图表：男女性消费者购买内裤档次比较	268
图表：不同年龄段消费者购买内裤时间间隔比较	269
图表：不同年龄消费者购买内裤的平均时间间隔	270
图表：内衣品牌知晓度	270
图表：内衣购买时机	271
图表：影响内衣购买的因素	271
图表：内衣款式偏好	271
图表：内衣面料偏好	271
图表：内衣色彩偏好	272
图表：内衣价格偏好	272
图表：男性的内衣消费购买时机调查情况	293
图表：男性的内衣消费购买因素调查情况	293
图表：男性的内衣消费对面料要求调查情况	294
图表：男性对内衣颜色的偏好	294
图表：女性对内衣颜色的偏好:	294
图表：女性内衣风格的偏好	295
图表：2000-2005年城镇居民家庭人均可支配收入	312
图表：不同月收入消费者购买内裤档次比较	313
图表：不同月收入消费者购买内裤场所比较	314
图表：现阶段中国内衣销售渠道构成图	319
图表：服装代销与买断之比较	329
图表：广州市场最有影响力品牌排名	352
图表：广州市场铺货率较高的品牌排名	353
图表：广州市消费者调研报表	354
图表：广州市内衣商标色彩调查结果	355
图表：广州市内衣商标其它调查结果	356

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47615.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。