



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年版中国内衣行业市场调查 分析报告

一、调研说明

《2009年版中国内衣行业市场调查分析报告》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/96806.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

目录

CONTENTS

第一章 内衣的定义及中国内衣行业投资性

第一节 内衣的定义和分类 1

一、内衣的定义及其简史 1

二、内衣的分类 3

三、本报告对内衣产品的统计分类 3

第二节 内衣行业特征和投资性 4

一、内衣行业特征 4

二、内衣行业投资性 5

第二章 内衣市场现状

第一节 中国内衣市场现状 10

一、近年来中国内衣市场状况 11

二、2008年内衣市场状况 13

三、2009年上半年内衣市场状况 15

四、内衣市场有待挖掘，前景依然看好 17

第二节 中国内业存在的问题及企业发展建议 18

一、缺乏行业标准，市场混乱 18

二、行业竞争亟待提升 19

三、企业缺乏品牌意识 19

六、行业人才匮乏 20

七、技术装备水平落后 20

八、企业快速发展的建议 20

第三章 中国内衣产品进出口

第一节 中国内衣产品进出口概况 22

一、上世纪末中国内衣进出口状况 22

二、中国内衣出口贸易方式状况 23

三、近年来中国内衣进出口国别状况 23

第二节 2001-2008年中国内衣产品出口 24

一、2005-2007年中国内衣产品出口 24

二、2008年中国内衣产品出口 27

第三节 中国内衣出口发货地和出口市场 31

一、2008年我国内衣主要出口发货地 31

二、2008年中国内衣主要出口市场 33

第四节 我国内衣产品出口壁垒及策略建议 35

一、我国纺织服装主要竞争对手 35

二、我国内衣出口贸易壁垒 36

三、出口对策 43

第四章 主要出口市场

第一节 日本 45

一、日本内衣市场概况 45

二、2009年日本部分内衣企业动向 45

三、近年来日本内衣产品和内衣科技的开发情况 45

四、日本市场对从我国进口内衣提出的新要求 47

第二节 香港 47

一、香港内衣市场现状 47

二、香港女性内衣流行趋势 48

第三节 欧盟 48

一、英国 48

二、意大利 50

三、法国 50

四、德国 52

第四节 美国 52

第五节 澳大利亚 53

一、澳大利亚服装销售6大主渠道 53

二、中国服装出口澳大利亚注意事项 55

三、市场准入制度及关税 56

第六节 韩国 56

一、2008年韩国服装消费状况 56

二、韩国名品内衣进入北京市场 57

第七节 其他国家 57

一、印度 57

二、俄罗斯 58

第五章 内衣细分市场

第一节 针织内衣 59

一、针织内衣市场概况 59

二、针织内衣品牌市场综合占有率 61

三、未来针织内衣发展趋势 63

第二节 女性内衣 64

一、女性内衣市场概况 64

二、女性内衣品牌市场综合占有率 66

第三节 保暖内衣 67

一、保暖内衣市场概况 67

二、保暖内衣品牌市场综合占有率 69

第四节 男式内衣 71

一、男式内衣市场概况 71

二、男式内衣消费 71

三、男式内衣市场空间广阔 72

第六章 内衣消费者

第一节 内衣目标市场构成 73

一、内衣目标市场构成 73

二、青春期女生：被忽略的群体 73

第二节 中青年内衣消费 75

一、购买内衣的场所选择 75

二、内衣消费的影响因素 77

三、内衣着装风格变化因素 78

四、对异性内衣花色的接受度 80

五、穿着时尚内衣的场合选择 81

第三节 现代女性内衣消费 82

- 一、现代女性对内衣的选购因素 82
- 二、现代女性对内衣功能的要求 83
- 三、女性对内衣的消费理念 84
- 四、男女对女性内衣的偏好比较 85
- 五、不同收入群体女性对内衣的态度 86
- 六、对女性内衣营销的启发 87
- 第四节 保暖内衣市场消费者调查 88
 - 一、消费者对明星代言人做法的态度 88
 - 二、消费者对保暖内衣的选购因素 89
 - 三、消费者对保暖内衣品牌的排行榜 90

第七章 内衣市场需求

第一节 中国内衣市场需求 94

- 一、中国内衣市场需求规模 94
- 二、中国城镇内衣市场需求 95
- 三、中国农村内衣市场需求 96

第二节 内衣消费需求趋势 96

- 一、内衣功能化 96
- 二、内衣环保化 97
- 三、内衣舒适化 97
- 四、女性内衣外化 97
- 五、内衣个性化 98

第八章 内衣市场销售渠道

第一节 中国内衣销售渠道 99

- 一、国内内衣的传统销售渠道 99
- 二、小品牌内衣专卖店投资优势 101
- 三、调整内衣在美容院独辟通路 102
- 四、内衣企业应学会利用展会 104
- 五、女性内衣专卖店经营策略 106

第二节 国内外内衣销售渠道借鉴 110

- 一、中国与发达国家内衣销售方式比较 110

二、美国高档服装零售业借鉴 111

三、朵彩彩棉内衣渠道借鉴 114

第九章 中国内衣市场竞争格局

第一节 中国内衣市场竞争格局 120

一、三派鼎足，上海三枪独占鳌头 120

二、三大势力，十字路口拼力角逐 121

三、女性内衣市场竞争：品牌消费，名花映亮半边天 123

四、保暖内衣市场竞争态势：广阔市场，群英混战何时休 124

第二节 中国内衣市场竞争趋势及建议 128

一、核心竞争力的竞争。 128

二、细分市场的竞争。 128

三、概念化、个性化的竞争。 128

四、人文化、科技化、品牌化、网络化的竞争 128

五、品牌化、规模化的竞争 129

六、品牌竞争的加剧，内衣行业将出现"洗牌" 129

七、品牌营销正当时 129

八、内衣品牌竞争策略 130

九、中小内衣企业如何树立品牌 131

第十章 国际内衣品牌

第一节 日本华歌尔 135

一、产品定位 135

二、全球目标市场 135

三、华歌尔在全球的发展 135

四、华歌尔的细分市场品牌策略 136

五、华歌尔在中国的发展 136

六、2008年华歌尔在中国动态 136

第二节 德国黛安芬 137

一、企业简介 137

二、黛安芬在中国的市场现状 138

三、黛安芬在中国成功的经验 138

四、2009年黛安芬动态 139

第三节 台湾欧迪芬 139

一、企业简介 139

二、欧迪芬产品市场定位 140

三、欧迪芬在大陆发展策略 140

第十一章 国内内衣优势品牌

第一节 上海三枪集团 142

一、企业简介 142

二、“三枪”品牌发展战略和营销策略 143

三、2002-2008年上海三枪主要财务指标 145

四、2008年三枪动态 147

第二节 江苏AB集团有限责任公司 148

一、企业简介 148

二、AB集团核心技术 148

三、AB集团销售网络 148

四、2002-2008年江苏AB集团主要财务指标 148

第三节 北京爱慕内衣有限公司 151

一、企业简介 151

二、爱慕公司产品定位 151

三、爱慕品牌营销策略 152

四、2002-2008年北京爱慕主要财务指标 153

五、爱慕公司2009年动态 155

第四节 婷美保健科技有限公司 155

一、公司简介 155

二、婷美品牌竞争策略 156

三、婷美的经营困惑 157

四、婷美的“品牌国际化”之路--选秀效应与立体传播 158

五、2002-2008年婷美集团主要财务指标 159

第十二章 内衣营销策略借鉴

第一节 中国内衣企业营销现状 163

- 一、目前我国内衣市场的营销模式 163
- 二、中国内衣企业营销状况调查 164
- 三、品牌营销存在的问题 165
- 四、品牌内衣经营理念的启示 167
- 第二节 内衣营销案例借鉴 168
 - 一、婷美的"暖卡"保暖内衣营销策略 168
 - 二、"雪龙人"营销原理 174
 - 三、暖倍儿的淡季营销策略 176

第十三章 内衣流行趋势及产品开发方向

- 第一节 内衣流行趋势 181
 - 一、2008年内衣流行回顾 181
 - 二、2009年春季女性内衣流行趋势 181
 - 三、2009年国际秋冬内衣流行趋势 182
- 第三节 内衣产品开发方向 182
 - 一、功能型内衣 183
 - 二、环保型内衣 183
 - 三、舒适型内衣 183
 - 四、无缝内衣 184
 - 五、运动型内衣 185
 - 六、科技化内衣 185

图表目录

- 图表 1 针织和钩编类内衣的产品细分 3
- 图表 2 非针织和非钩编类内衣的产品细分 4
- 图表 3 世界十大纺织品出口方劳动力成本比较 8
- 图表 4 中国内衣市场竞争态势 13

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/96806.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。