



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](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提供专业投资咨询报告、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。