

2024-2029年中国内衣市场深度调查与投资发展研究报告

报告简介

内衣对中国来说是一个舶来品，从起步到发展，短短的十余年间，我国内衣行业已形成了基本完善而成熟的产业和市场体系。我国内衣行业不仅出现了生产集群(厂家主要分布在广东、浙江、北京、上海、江苏等地)，并且已经从最初的贴牌加工发展到现在的自主品牌创新发展的新阶段。

自2010年以来，中国内衣消费量不断增长，2019年中国内衣消费量已达167.7亿件。随着我国内衣需求市场的稳步增长，我国内衣行业投资呈上升趋势。目前，内衣产业的生产企业近万家，主要集中在珠三角、长三角等产业聚集区域。随着国内女士内衣市场的发展，我国内衣品牌也在不断崛起。同时，伴随着中国零售业态的变化，我国女士内衣市场近年来陆续涌现了众多互联网品牌，消费者拥有了更多的选择权。在品牌选择中，2020年超七成中国内衣消费者更青睐国内品牌，其中平价品牌占42.8%，高端品牌占30.6%。

随着女性内衣需求数量的扩大以及消费品质的提升，未来都会推动女性内衣行业市场需求的不断增长。

行业市场集中度低在另一方面也说明了行业进入门槛较低，以差异化产品占有市场相对较为容易。并且就目前我国整个服装行业而言，内衣市场的利润和增长率都是非常突出的，所以目前是进入国内内衣市场的好时机。在趋势方面，我国内衣产品的细分化将是中国内衣市场未来发展的大势所趋，内衣品牌应针对不同层次、不同年龄、不同结构的消费者进行深入研究，进行细分化的系列产品开发，满足消费者需求。

政策、环境的变化，消费心理、消费习惯的变化，网络购物的快速发展，都标志着我国已开启了全新的商业时代。对于我国内衣市场消费品需求的发展趋势，内衣消费市场发展空间巨大，农村市场所占份额呈快速下降的趋势，网上销售成为内衣销售的重要渠道。新的视野带来新趋势与商机，倡导中国内衣行业终端商有新的经营思路来适应市场的新局面、新变化，根植于内衣消费者的需求并寻求突破，以建立更良好可持续发展的行业与市场。我国内衣市场上的格局主要是：国外品牌品牌成熟，知名度高，主要占领高端市场，拥有一大批较为忠诚的消费者;国内初具规模的品牌成长迅速，拥有一定知名度和忠诚消费者，主要占据中高端市场;中小品牌数量众多，款式易抄袭跟风，价格相对低廉，主要占领低端市场。

从长远发展来看，我国内衣市场容量逐渐扩大，市场竞争同时也将变得空前激烈。在目前整个服装行业毛利普遍下滑的情况下，内衣行业的利润空间在不断下降，中低端内衣产品的份额会越来越遭到挤占，而中高端内衣的需求会越来越高。做好市场细分，提升品牌形象仍然是内衣企业的发展方向。我国内衣品目前突出的问题集中在两个方面。一方面，我国内衣行业的时尚性较弱，各品牌之间的定位区分不甚明显。另一方面，我国内衣产品创新速度缓慢、营销管理手段单一等问题也制约了行业的发展。“十三五”期间，我国内衣行业将面临更为复杂的国际环境，量的增加将不再是重点，质量和文化内涵的提升将成为行业发展的关键。内衣产品的开发也在提高科技含量的同时，更多的赋予其时尚元素和文化内涵。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及内衣专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国内衣的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、区

域市场发展情况等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对内衣业务的发展进行详尽深入的分析，并根据内衣行业的政策经济发展环境对内衣行业潜在的风险和防范建议进行分析。最后提出研究者对内衣行业的研究观点，以供投资决策者参考。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 内衣概述

第一节 内衣定义

第二节 内衣行业发展历程

第三节 内衣分类情况

第四节 内衣产业链分析

一、产业链模型介绍

二、内衣产业链模型分析

第二章 国内内衣行业发展环境分析

第一节 经济环境

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、对外贸易进出口

第二节 政策环境

一、重点政策汇总

二、重大事件分析

三、政策未来趋势

第三节 技术环境

第四节 社会环境

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第二部分 行业深度分析

第三章 中国内衣生产现状分析

第一节 内衣行业总体规模

第二节 内衣产能概况

一、2019-2023年产能分析

二、2024-2029年产能预测

第三节 内衣产量概况

一、2019-2023年产量分析

二、产能配置与产能利用率调查

三、2024-2029年产量预测

第四节 内衣产业的生命周期分析

第四章 国际内衣行业发展分析

第一节 全球内衣行业发展总体情况分析

一、全球内衣行业发展特点

二、全球内衣行业竞争格局

三、全球内衣行业市场区域分布

第二节 全球内衣主要国家(地区)市场分析

一、欧洲

1、市场发展概况

2、市场规模及市场结构

3、发展前景预测

二、北美

1、市场发展概况

2、市场规模及市场结构

3、发展前景预测

三、亚洲

1、市场发展概况

2、市场规模及市场结构

3、发展前景预测

四、其他国家和地区

1、市场发展概况

2、市场规模

第五章 2019-2023年中国内衣行业总体发展状况

第一节 中国内衣行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节 中国内衣行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节 中国内衣行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第三部分 行业竞争格局

第六章 中国内衣行业区域分布分析

第一节 东北地区

一、2019-2023年内衣市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第二节 华北地区

一、2019-2023年内衣市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第三节 华南地区

一、2019-2023年内衣市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第四节 华东地区

一、2019-2023年内衣市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第五节 华中地区

一、2019-2023年内衣市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第六节 西北地区

一、2019-2023年内衣市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第七节 西南地区

一、2019-2023年内衣市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第七章 内衣国内细分市场分析

第一节 背心

一、应用分析

二、2019-2023年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

七、客户特点

第二节 汗衫

一、应用分析

二、2019-2023年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

第三节 短裤

一、应用分析

二、2019-2023年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

七、客户特点

第四节 胸罩

一、应用分析

二、2019-2023年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

七、客户特点

第五节 其它

一、应用分析

二、2019-2023年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

七、客户特点

第八章 2019-2023年中国内衣行业发展概况

第一节 2019-2023年中国内衣行业发展态势分析

第二节 2019-2023年中国内衣行业发展特点分析

第三节 2019-2023年中国内衣行业市场供需分析

第九章 内衣行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 内衣市场竞争策略分析

一、内衣市场增长潜力分析

二、内衣产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

1、深刻理解企业核心竞争力

2、培育企业核心竞争力的重要性

3、企业核心竞争力存在的问题

4、提升企业核心竞争力的措施

第三节 内衣企业竞争策略分析

一、2024-2029年我国内衣市场竞争趋势

二、2024-2029年内衣行业竞争格局展望

三、2024-2029年内衣行业竞争策略分析

1、产品定位策略

2、产品服务策略

第十章 内衣产业用户认知度分析

第一节 内衣产业用户认知程度

第二节 内衣产业用户关注因素

第四部分 行业发展趋势

第十一章 2024-2029年内衣行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前内衣存在的问题

第二节 内衣未来发展预测分析

一、中国内衣制造技术发展方向分析

二、2024-2029年中国内衣行业发展规模

第三节 2024-2029年中国内衣行业投资风险分析

一、市场竞争风险

- 1、市场竞争风险
- 2、市场竞争风险类型
- 3、影响因素

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十二章 内衣国内重点生产厂家分析

第一节 内衣重点公司介绍

一、北京爱慕内衣有限公司

- 1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)
- 2、组织架构及销售系统
- 3、产品线构成以及市场定位
- 4、公司主要财务指标分析
- 5、近期发展规划

二、盐城国际妇女时装有限公司

- 1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)
- 2、组织架构及销售系统
- 3、产品线构成以及市场定位
- 4、公司主要财务指标分析
- 5、近期发展规划

三、上海古今内衣有限公司

- 1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)
- 2、组织架构及销售系统
- 3、产品线构成以及市场定位
- 4、公司主要财务指标分析
- 5、近期发展规划

四、深圳汇洁集团股份有限公司

- 1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)
- 2、组织架构及销售系统
- 3、产品线构成以及市场定位
- 4、公司主要财务指标分析
- 5、近期发展规划

五、安莉芳(中国)服装有限公司

- 1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)
- 2、组织架构及销售系统
- 3、产品线构成以及市场定位
- 4、公司主要财务指标分析
- 5、近期发展规划

六、华歌尔(中国)时装有限公司

- 1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)
- 2、组织架构及销售系统
- 3、产品线构成以及市场定位
- 4、公司主要财务指标分析
- 5、近期发展规划

七、武汉猫人制衣有限公司

1、企业简介

2、产品介绍

3、经营情况

4、未来发展趋势

八、婷美集团保健科技有限公司

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、产品介绍

3、经营情况

4、未来发展趋势

九、上海欧迪芬内衣精品股份有限公司

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、产品介绍

3、经营情况

4、未来发展趋势

十、大连桑扶兰实业有限公司

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、产品介绍

3、经营情况

4、未来发展趋势

第二节 内衣产品竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、个体产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

1、品牌的含义

2、构建品牌的优势

第十三章 2024-2029年内衣行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年内衣市场发展前景

- 一、2024-2029年内衣市场发展潜力
- 二、2024-2029年内衣市场发展前景展望
- 三、2024-2029年内衣细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年内衣市场发展趋势预测

- 一、2024-2029年内衣行业发展趋势
- 二、2024-2029年内衣市场规模预测
 - 1、内衣行业市场规模预测
 - 2、内衣行业营业收入预测
- 三、2024-2029年内衣行业应用趋势预测
- 四、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第三节 2024-2029年中国内衣行业供需预测

- 一、2024-2029年中国内衣行业供给预测
- 二、2024-2029年中国内衣行业产量预测
- 三、2024-2029年中国内衣行业销量预测
- 四、2024-2029年中国内衣行业需求预测
- 五、2024-2029年中国内衣行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十四章 2024-2029年内衣行业投资机会与风险防范

第一节 内衣行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、内衣行业投资现状分析

第二节 2024-2029年内衣行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、内衣行业投资机遇

第三节 2024-2029年内衣行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国内衣行业投资建议

一、内衣行业未来发展方向

二、内衣行业主要投资建议

三、中国内衣企业融资分析

第五部分 发展战略研究

第十五章 2024-2029年内衣行业面临的困境及对策

第一节 2019-2023年内衣行业面临的困境

第二节 内衣企业面临的困境及对策

一、重点内衣企业面临的困境及对策

二、中小内衣企业发展困境及策略分析

三、国内内衣企业的出路分析

第三节 中国内衣行业存在的问题及对策

一、中国内衣行业存在的问题

二、内衣行业发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国内衣市场发展面临的挑战与对策

一、中国内衣市场发展面临的挑战

二、中国内衣市场发展对策分析

第十六章 内衣行业发展战略研究

第一节 内衣行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国内衣品牌的战略思考

一、内衣品牌的重要性

二、内衣实施品牌战略的意义

三、内衣企业品牌的现状分析

四、我国内衣企业的品牌战略

五、内衣品牌战略管理的策略

第三节 内衣经营策略分析

一、内衣市场细分策略

二、内衣市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、内衣新产品差异化战略

第四节 内衣行业投资战略研究

一、2019-2023年内衣行业投资战略

二、2024-2029年内衣行业投资战略

三、2024-2029年细分行业投资战略

第十七章 研究结论及发展建议

第一节 内衣行业研究结论及建议

第二节 内衣子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和内衣行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：各国内衣生产的特点

图表：国内外内衣市场需求情况

图表：当前国内内衣市场主要产品结构

图表：国内外内衣主要品牌厂商

图表：国内外内衣成长性品牌厂商

图表：区域内衣分布结构市场份额

图表：中国内衣行业的总产量、产值、销售收入、出口总额的增长趋势图

图表：相关产品占市场的总体份额

图表：十大内衣企业市场份额图

图表：区域内衣市场占有率趋势图

图表：内衣企业采取各竞争策略所占比例

图表：2024-2029年中国内衣产量和销售额发展趋势图

图表：2019-2023年中国内衣行业市场规模及增速

图表：2024-2029年中国内衣行业市场规模及增速预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170210/28258.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)