

2024-2029年中国内衣行业发展策略及市场深度研究分析报告

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。

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。随着中国居民人均可支配收入的提高，未来五年，中国内衣市场销售额将保持两位数的复合年增长率。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。

报告首先介绍了内衣行业的发展特征及产业链状况，接着分析了国外内衣市场发展概况、国内内衣业的发展环境，然后对国内内衣热点细分市场、市场消费、进出口、重点区域进行了深入的分析。随后，报告对内衣市场做了品牌格局、竞争态势、销售渠道、营销模式、营销策略分析，并详细分析了内衣市场领先企业的发展、投资机会及风险，最后分析了内衣市场的发展前景及趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、产业研究中心、市场调查中心、中国服装行业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对内衣产业有个系统深入的了解、或者想投资内衣行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录

第一章 内衣行业特征及产业链分析

1.1 内衣的基本界定

1.1.1 内衣的定义

1.1.2 内衣的种类

1.2 内衣行业的基本特点

1.2.1 劳动密集型产业

1.2.2 产品季节性强

1.2.3 产品具有时尚性

1.2.4 产品具有时效性

1.2.5 具有品牌效应

1.2.6 产品易被模仿

1.2.7 技术含量高

1.2.8 相关产业多

1.3 行业产业链分析

1.3.1 产业链简况

1.3.2 上游产业的发展

1.3.3 下游产业的发展

第二章 2019-2023年国际内衣市场发展分析

2.1 世界内衣市场发展总体分析

2.1.1 市场发展态势

2.1.2 行业发展特征

2.1.3 市场发展新动向

2.2 美国内衣市场发展分析

2.2.1 市场销售状况

2.2.2 消费市场特征

2.2.3 消费者行为分析

2.2.4 生产商经营现状

2.3 欧洲地区内衣市场发展分析

2.3.1 西班牙

2.3.2 英国

2.3.3 法国

2.3.4 俄罗斯

2.4 其他地区内衣市场发展分析

2.4.1 亚太市场

2.4.2 日本

2.4.3 澳洲

第三章 2019-2023年中国内衣产业发展环境分析

3.1 经济环境分析

3.1.1 全球经济发展形势

3.1.2 全球经济环境对中国的影响

3.1.3 中国宏观经济发展现状

3.1.4 中国宏观经济发展趋势

3.2 社会环境分析

3.2.1 人口环境分析

3.2.2 收入及消费水平

3.2.3 教育状况分析

3.2.4 内衣消费观现状

3.3 政策环境分析

3.3.1 行业监管体系

3.3.2 主要法律法规

3.3.3 行业相关政策

3.4 内衣行业技术环境分析

3.4.1 整体内衣行业技术水平状况

3.4.2 女性调整型内衣的技术应用

3.4.3 无缝内衣的工艺状况介绍

3.4.4 运动型内衣的选材及技术重点

第四章 2019-2023年中国内衣行业深度剖析

4.1 2019-2023年中国内衣行业发展综述

4.1.1 行业总体发展分析

4.1.2 市场销售规模状况

4.1.3 内衣行业利润状况

4.1.4 主要生产商介绍

4.2 中国内衣市场发展特征

4.2.1 区域发展不平衡

4.2.2 层次化分流

4.2.3 外资品牌占有率高

4.2.4 消费趋于时尚

4.3 中国内衣行业存在的问题探析

4.3.1 低层次竞争

4.3.2 品牌营销水平不高

4.3.3 产品设计开发能力不足

4.3.4 资源整合能力不强

4.4 开拓中国内衣市场发展战略分析

4.4.1 规范化运作

4.4.2 系统化营销

4.4.3 产品创新升级

4.4.4 创新营销模式

4.4.5 改变低层次竞争格局

第五章 2019-2023年内衣热点细分市场深度分析

5.1 女性内衣市场分析

5.1.1 消费需求分析

5.1.2 市场品牌格局

- 5.1.3 市场区域战略定位
- 5.1.4 市场发展的新趋向
- 5.2 男士内衣市场分析
 - 5.2.1 市场发展态势
 - 5.2.2 市场消费特征
 - 5.2.3 市场品牌格局
 - 5.2.4 品牌打造策略分析
- 5.3 保暖内衣市场分析
 - 5.3.1 市场发展历程
 - 5.3.2 消费者的需求分析
 - 5.3.3 市场品牌格局
 - 5.3.4 市场的发展措施
- 5.4 针织内衣市场分析
 - 5.4.1 市场发展状况
 - 5.4.2 政策动态
 - 5.4.3 存在的问题
- 5.5 睡衣市场发展分析
 - 5.5.1 市场发展态势
 - 5.5.2 市场发展特征
 - 5.5.3 市场品牌分析
- 5.6 家居服市场分析
 - 5.6.1 产业发展概况
 - 5.6.2 市场格局分析
 - 5.6.3 市场需求点

5.6.4 市场存在的问题

5.6.5 品牌的突围路径

第六章 2019-2023年内衣市场消费分析

6.1 2019-2023年内衣市场消费概况

6.1.1 消费者品牌观念分析

6.1.2 行业逐渐步入网络消费时代

6.1.3 新型材料成消费市场新宠

6.2 2019-2023年内衣消费者分析

6.2.1 消费的目的

6.2.2 消费者分类

6.2.3 购买频率分析

6.2.4 影响购买行为的因素

6.2.5 消费心理及营销措施

6.3 2019-2023年中国女性体型及内衣消费特点研析

6.3.1 不同年龄段的女性体型变化概述

6.3.2 不同地区女性的体型特征差异

6.3.3 不同地区女性的内衣消费偏好

6.3.4 女性内衣消费特点调查分析

6.4 上海和香港地区女性内衣消费行为对比分析

6.4.1 人均保有量

6.4.2 消费支出

6.4.3 消费渠道

6.4.4 品牌的选择

6.4.5 颜色的选择

6.4.6 面料材质的选择

6.5 内衣消费市场的潜力与趋势分析

6.5.1 消费潜力分析

6.5.2 市场消费趋势

第七章 2019-2023年内衣进出口贸易分析

7.1 国内外内衣的分类、标准差异

7.1.1 内衣类产品的分类比较

7.1.2 中美内衣类产品标准的比较剖析

7.1.3 中欧内衣类产品标准的比较剖析

7.1.4 中日内衣类产品标准的比较剖析

7.2 部分国家内衣进口情况

7.2.1 美国

7.2.2 欧盟

7.2.3 日本

7.2.4 俄罗斯

7.3 2019-2023年中国内衣进出口数据分析

7.3.1 2019-2023年主要贸易国内衣进口市场分析

7.3.2 2019-2023年主要贸易国内衣出口市场分析

7.3.3 2019-2023年主要省份内衣进口市场分析

7.3.4 2019-2023年主要省份内衣出口市场分析

7.4 2019-2023年中国内衣出口的SWOT分析

7.4.1 内衣出口优势分析

7.4.2 内衣出口劣势分析

7.4.3 内衣出口机会分析

7.4.4 内衣出口威胁分析

7.5 2019-2023年中国内衣出口的问题及对策探讨

7.5.1 质量问题

7.5.2 专利问题

7.5.3 文化差异问题

7.5.4 健康消费问题

7.5.5 出口企业的对策建议

第八章 2019-2023年内衣重点区域市场及产业集群区发展分析

8.1 浙江

8.1.1 市场品牌状况

8.1.2 市场渠道发展状况

8.1.3 重点县市发展状况

8.2 广东汕头

8.2.1 市场发展态势

8.2.2 市场规模状况

8.2.3 海外市场的拓展

8.2.4 电子商务市场状况

8.3 深圳

8.3.1 行业政策环境

8.3.2 行业发展态势

8.3.3 产业发展优势

8.3.4 行业发展规模

8.4 江阴顾山镇

8.4.1 产业发展现况

8.4.2 产业发展的优势

8.4.3 产业集群发展的战略举措

8.5 南海盐步

8.5.1 行业政策环境

8.5.2 行业发展态势

8.5.3 产业规模状况

8.5.4 面临的问题

8.5.5 产业发展的思路

8.6 中国内衣主要产业基地介绍

8.6.1 广东汕头潮阳

8.6.2 广东南海盐步

8.6.3 广东深圳公明

8.6.4 广东中山小榄

8.6.5 福建晋江深沪

第九章 2019-2023年内衣市场品牌格局分析

9.1 中国内衣市场品牌状况

9.1.1 中国内衣市场国内外品牌发展态势

9.1.2 中国内衣品牌与国际品牌差距逐步缩小

9.1.3 中高档内衣品牌发展困境及对策

9.2 中国内衣细分行业品牌格局分析

9.2.1 针织内衣裤市场十大品牌

9.2.2 女性内衣市场十大品牌

9.2.3 高档女性内衣市场五大品牌

9.2.4 保暖内衣市场十大知名品牌

9.3 知名国际内衣品牌

9.3.1 LA PERLA

9.3.2 Chantelle

9.3.3 黛安芬

9.3.4 华歌尔

9.3.5 安莉芳

9.3.6 欧迪芬

9.4 主要国内胸衣品牌

9.4.1 爱慕

9.4.2 曼妮芬

9.4.3 百利安

9.4.4 桑扶兰

9.4.5 古今

9.4.6 诗曼芬

第十章 2019-2023年内衣市场竞争态势分析

10.1 内衣市场竞争格局分析

10.1.1 市场集中度状况

10.1.2 区域分布状况

10.2 内衣市场品牌竞争态势分析

10.2.1 中外品牌激战中国内衣市场

10.2.2 我国内衣行业品牌竞争升级

10.2.3 我国二线内衣品牌竞争日趋激烈

10.2.4 内衣品牌企业的竞争攻略

10.3 国际高端品牌进军中国内衣市场动态

10.3.1 国际高端内衣品牌进入状况

10.3.2 法国奢侈内衣品牌看好国内市场

10.3.3 西班牙顶级内衣品牌抢滩国内市场

第十一章 内衣市场销售渠道分析

11.1 中国内衣市场渠道概况

11.1.1 市场渠道总析

11.1.2 流通渠道特点

11.2 中国内衣市场主要渠道解析

11.2.1 大型商场

11.2.2 内衣专卖店

11.2.3 大型批发市场

11.2.4 邮购

11.2.5 街头小店

11.2.6 网络平台

11.3 中国内衣市场电子商务渠道分析

11.3.1 内衣电子商务市场发展现状

11.3.2 内衣电子商务渠道市场份额

11.3.3 主要电商平台内衣销售状况

11.3.4 内衣电商品牌经验借鉴

11.4 内衣市场渠道发展趋势

11.4.1 复合营销网络

11.4.2 实施品牌经营

11.4.3 无店销售

11.4.4 与零售业结成联盟

11.4.5 直销

11.4.6 专业化销售

第十二章 2019-2023年内衣市场营销模式分析

12.1 内衣市场营销模式探讨

12.1.1 营销的基本因素分析

12.1.2 市场营销模式分析

12.1.3 行业O2O营销模式分析

12.1.4 行业巨头终端营销模式

12.2 中国内衣移动营销模式深度解析

12.2.1 传统内衣渠道面临巨大影响

12.2.2 未来将是消费者和手机客户端的竞争

12.2.3 移动营销成为企业新战略

12.2.4 移动营销成为内衣行业的新机遇

12.2.5 移动营销是传统内衣行业的新蓝海

12.3 国际内衣品牌进入国内市场的销售模式

12.3.1 直营

12.3.2 授权经营

12.3.3 网络直销

第十三章 内衣市场营销策略分析

13.1 内衣市场营销策略探讨

13.1.1 终端营销策略分析

13.1.2 淡季营销的策略分析

13.1.3 国际化营销通道

13.1.4 品牌规划及营销战略

- 13.1.5 广告营销策略
 - 13.1.6 未来行业竞争之道
 - 13.1.7 经销商市场破局之道
 - 13.2 知名内衣品牌营销战略概述
 - 13.2.1 婷美：以“概念”求立足
 - 13.2.2 黛安芬：在变化中把控
 - 13.2.3 美思：“多样化”博销量
 - 13.2.4 爱慕：“文化”价值链
 - 13.3 品牌内衣营销案例分析
 - 13.3.1 婷美中科暖卡营销案例
 - 13.3.2 AB内衣产品营销变迁
 - 13.3.3 猫人内衣的性感营销案例
 - 13.4 二线内衣品牌的营销策略探索
 - 13.4.1 主战场的选择
 - 13.4.2 区域产品定位
 - 13.4.3 目标和预算
 - 13.4.4 招商会
 - 13.4.5 区域广告
 - 13.4.6 渠道精耕
 - 13.5 中国内衣企业营销创新分析
 - 13.5.1 渠道的创新
 - 13.5.2 终端的创新
 - 13.5.3 设计创新
- 第十四章 2019-2023年内衣行业领先企业发展分析

14.1 黛安芬国际集团有限公司

14.1.1 企业发展概况

14.1.2 经营状况分析

14.1.3 企业发展动态

14.2 欧迪芬国际集团

14.2.1 企业发展概况

14.2.2 投资分布状况

14.2.3 经营状况分析

14.2.4 企业发展动态

14.3 安莉芳控股有限公司

14.3.1 企业发展概况

14.3.2 投资分布状况

14.3.3 经营状况分析

14.3.4 企业发展动态

14.4 华歌尔(中国)时装有限公司

14.4.1 企业发展概况

14.4.2 投资分布状况

14.4.3 经营状况分析

14.4.4 企业发展动态

14.5 上海古今内衣制造有限公司

14.5.1 企业发展概况

14.5.2 投资分布状况

14.5.3 经营状况分析

14.5.4 企业发展动态

14.6 深圳汇洁集团股份有限公司

14.6.1 企业发展概况

14.6.2 投资分布状况

14.6.3 经营状况分析

14.6.4 企业发展动态

14.7 红豆集团有限公司

14.7.1 企业发展概况

14.7.2 投资分布状况

14.7.3 经营状况分析

14.7.4 企业发展动态

14.8 都市丽人(中国)控股有限公司

14.8.1 企业发展概况

14.8.2 市场定位

14.8.3 产品结构

14.8.4 经营状况分析

14.8.5 企业发展动态

14.8.6 企业发展策略

14.9 黛丽斯国际有限公司

14.9.1 企业发展概况

14.9.2 投资分布状况

14.9.3 经营状况分析

14.9.4 企业发展动态

14.10 其他企业分析

14.10.1 爱慕集团

14.10.2 江苏AB集团股份有限公司

14.10.3 婷美集团保健科技有限公司

14.10.4 上海三枪(集团)有限公司

第十五章 中国内衣行业投资机会及风险分析

15.1 中国内衣行业的投资特性

15.1.1 生产要素比较优势下降

15.1.2 利润大且风险较小

15.1.3 行业缺乏规模经济效应

15.2 中国内衣行业进入壁垒

15.2.1 资金需求门槛

15.2.2 内衣设计门槛

15.2.3 销售渠道门槛

15.3 中国内衣行业投资机会分析

15.3.1 大众市场成内衣发展热点

15.3.2 无钢圈内衣重新受重视

15.3.3 年轻内衣市场具有强大消费潜力

15.4 中国内衣行业投资风险

15.4.1 市场需求变化的风险

15.4.2 市场竞争风险

15.4.3 品牌被侵权的风险

第十六章 内衣行业发展前景及趋势分析

16.1 国际内农业发展前景展望

16.1.1 国际针织内衣及睡衣市场规模预测

16.1.2 亚洲内衣市场发展潜力无限

16.1.3 国际内业流行趋向透析

16.2 中国内衣行业发展趋势预测

16.2.1 2019-2023年中国内衣行业预测分析

16.2.2 高性能运动内衣市场前景乐观

16.2.3 内衣市场的竞争趋势与产品趋势分析

16.2.4 美体内衣市场的未来发展分析

16.3 2024-2029年中国内衣市场发展预测分析

16.3.1 影响因素分析

16.3.2 销售规模预测

图表目录

图表 促使美国消费者购买内衣的重要因素

图表 美国消费者购买内衣的主要零售渠道占比

图表 品牌对不同年龄段的美国消费者购买不同服饰类别的影响力对比

图表 美国各零售渠道女性内衣款式分布数量的百分比

图表 美国市场上功能特性服饰的供需对比

图表 2019-2023年七国集团GDP增长率

图表 2019-2023年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率

图表 2019-2023年全球及主要经济体制造业和服务业PMI

图表 2019-2023年全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数

图表 2019-2023年国内生产总值及其增长速度

图表 2019-2023年城镇新增就业人数

图表 2019-2023年国内生产总值与全部就业人员比率

图表 2019-2023年居民消费价格月度涨跌幅度

图表 2019-2023年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 2019-2023年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表 2019-2023年公共财政收入

图表 2019-2023年末国家外汇储备

图表 2019-2023年粮食产量

图表 2019-2023年规模以上工业增加值增速(月度同比)

图表 2019-2023年主要工业产品产量及其增长速度

图表 2019-2023年建筑业增加值

图表 2019-2023年固定资产投资(不含农户)增速累计同比

图表 2019-2023年分行业固定资产投资(不含农户)及其增长速度

图表 2019-2023年固定资产投资新增主要生产能力

图表 2019-2023年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度

图表 2019-2023年货物进出口总额

图表 2019-2023年货物进出口总额及其增长速度

图表 2019-2023年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 2019-2023年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 2019-2023年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表 2019-2023年非金融领域外商直接投资及其增长速度

图表 2019-2023年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表 2019-2023年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表 2019-2023年年末电话用户数

图表 2019-2023年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表 2019-2023年研究与试验发展(R&D)经费支出

图表 2019-2023年卫生技术人员人数

图表 2019-2023年人口及其自然增长率变化情况

图表 我国农村和城镇居民收入中转移性收入占比

图表 农村居民收入构成

图表 2019-2023年农村居民人均纯收入

图表 2019-2023年城镇居民人均可支配收入

图表 2019-2023年社会消费品零售总额增速月度同比

图表 2019-2023年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表 内衣行业生产经营所涉及的要法律法规

图表 中国内衣行业主要生产企业

图表 2019-2023年女性内衣前十位品牌市场占有率

图表 女性内衣华北市场前十位品牌市场综合占有率

图表 女性内衣中南市场前十位品牌市场综合占有率

图表 女性内衣东北市场前十位品牌市场综合占有率

图表 女性内衣西南市场前十位品牌市场综合占有率

图表 女性内衣华东市场前十位品牌市场综合占有率

图表 女性内衣西北市场前十位品牌市场综合占有率

图表 2019-2023年中国女性内衣市场占有率排名

图表 保暖内衣前十位品牌市场占有率

图表 内衣消费者购买行为的类型

图表 内衣购买频率调查

图表 女青年内衣规格表

图表 已婚女性内衣规格表

图表 中老年妇女内衣规格表

图表 上海、香港、法国内衣拥有量

图表 上海、香港、法国内衣购买渠道对比

图表 上海、香港、法国内衣品牌及忠诚度

图表 上海、香港、法国内衣喜爱的色彩

图表 上海、香港、法国内衣与外衣搭配的关注度

图表 上海、香港、法国内衣材质对比

图表 针织或钩编的服装及衣着附件税则号与品名

图表 非针织或非钩编的服装及衣着附件税则号与品名

图表 我国内衣类产品标准与美国ASTM标准的差异(男子成人与男童)

图表 我国内衣类产品标准与美国ASTM标准的差异(女子成人及女童)

图表 我国内衣类产品标准与欧盟的差异

图表 我国内衣类产品标准与日本工业标准(JIS)的主要差异

图表 美国从全球进口内衣变化趋势图

图表 美国内衣从全球进口数量按材质分布图

图表 美国内衣从全球进口金额按材质分布图

图表 美国内衣主要进口地区所占比重变化(按进口数量计)

图表 美国内衣前十大进口来源国变化情况(按进口数量计)

图表 美国从中国进口内衣数量、金额、均价变化情况

图表 欧盟从全球及中国进口内衣统计表

图表 欧盟内衣主要进口来源国统计

图表 日本从全球及中国进口内衣统计图

图表 日本内衣前十大进口来源国(按2019-2023年进口金额排序)

图表 2019-2023年主要贸易国内衣进口量及进口额情况

图表 2019-2023年主要贸易国内衣进口量及进口额情况

图表 2019-2023年主要贸易国内衣进口量及进口额情况

图表 2019-2023年主要贸易国内衣出口量及出口额情况

图表 2019-2023年主要贸易国内衣出口量及出口额情况

图表 2019-2023年主要贸易国内衣出口量及出口额情况

图表 2019-2023年主要省份内衣进口量及进口额情况

图表 2019-2023年主要省份内衣进口量及进口额情况

图表 2019-2023年主要省份内衣进口量及进口额情况

图表 2019-2023年主要省份内衣出口量及出口额情况

图表 2019-2023年份主要省份内衣出口量及出口额情况

图表 2019-2023年主要省份内衣出口量及出口额情况

图表 中国内衣出口SWOT分析

图表 汕头内衣淘宝网销售情况

图表 针织内衣裤市场十大品牌

图表 女性内衣市场十大品牌

图表 高档女性内衣市场五大品牌

图表 保暖内衣市场十大知名品牌

图表 以网络起家的内衣品牌销量比较

图表 多品牌内衣企业天猫销量比较

图表 2019-2023年安莉芳综合收益表

图表 2019-2023年安莉芳分部资料

图表 2019-2023年安莉芳综合收益表

图表 2019-2023年安莉芳综合收益表

图表 2017财年黛丽斯国际综合收益表

图表 2017财年黛丽斯国际综合收益表

图表 2017财年黛丽斯国际分部资料

图表 2019-2023财年黛丽斯国际综合收益表

图表 2024-2029年中国内衣市场销售规模预测

图表 针织塑身内衣(弹力型)内在质量要求

图表 针织塑身内衣(调整型)内在质量要求

图表 文胸内在质量要求

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/20170214/44777.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)