

# 2009年版中国内衣行业市场调查研究报告

## 报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2009年版中国内衣行业市场调查研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/200904/52098579B51F548F.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

### 目录

#### CONTENTS

#### 第一章 内衣的定义及中国内衣行业投资性分析

##### 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分析 4

###### 一、内衣行业特征 4

###### 二、内衣行业投资性分析 5

#### 第二章 内衣市场现状分析

##### 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分析

##### 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分析 23

###### 三、近年来中国内衣进出口国别状况分析 23

##### 第二节 2001-2008年中国内衣产品出口分析 24

###### 一、2005-2007年中国内衣产品出口分析 24

###### 二、2008年中国内衣产品出口分析 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 主要出口市场分析

### 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 内衣消费者分析

### 第一节 内衣目标市场构成分析 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 中青年内衣消费分析 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分析 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 现代女性内衣消费分析 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 内衣市场需求分析

### 第一节 中国内衣市场需求分析 94

- 一、中国内衣市场需求规模 94
- 二、中国城镇内衣市场需求分析 95

- 三、中国农村内衣市场需求分析 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 内衣市场销售渠道分析
- 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分析
- 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 国际内衣品牌分析

## 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 国内内衣优势品牌分析

### 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.chyxx.com/research/200904/52098579B51F548F.html>