

2017-2022年中国内衣行业市场深度调研及投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国内衣行业市场深度调研及投资前景分析报告》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/201611/468752.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

我国内衣市场虽然体量巨大，但是市场集中度非常低，同时高端内衣所占市场整体规模的比例较低。2015年我国内衣市场中销售额前15名的品牌的总销售额仅占内衣市场规模的12.2%。而其中五个高端内衣品牌曼妮芬，爱慕，安莉芳，黛安芬，华歌尔的市场占有率之和仅为5.2%，占比较低。选取了人体形态与中国大陆较为接近的日本和台湾地区作为对比，来测算我国高端内衣市场的潜在空间。日本和台湾地区的内衣市场中，高端内衣品牌的占比分别达到24.6%和21.5%。日本排名前二的高端内衣品牌分别为华歌尔，黛安芬，其市场占有率分别为10.9%，5.4%。而台湾地区排名前二的高端内衣品牌为华歌尔，黛安芬，市场占有率分别为9.7%和9.7%。通过对比可以发现日本和台湾地区这样的成熟经济体中，高端内衣在整个内衣市场中的占比超过20%以上，并且行业龙头市场占有率很高。考虑到日本和台湾地区已经分别在很多年就已经分别达到发达和较为发达的水平，而且近年来经济增长速度较慢，这两个经济体具有一定代表意义。参考日本和台湾地区的经验，中国大陆高端内衣品牌在整个内衣市场中的占有率的潜在空间

日本和台湾地区高端内衣品牌排名前三（2015年）

以过去十年中，经济发展速度较快的两个主要发展中国家马来西亚和波兰为例。马来西亚在2006年的按平价购买力计算的人均GDP为19164美元/年，高端内衣市场占比为15.9%。而在其后的五年内，高端内衣的整体市场占有率提高到了2011年的25.8%。在2006年至2011年间，人均GDP（平价购买力）增长了14.1%，但是高端内衣的市场占有率增长了62.3%。高端内衣市场占有率的提高远远超过经济发展水平的提高。而同样，波兰在2006年的时候人均GDP（平价购买力）为18050美元/年。在2006年至2011年之间，其高端内衣的市场占有率从9.8%提高到了14.2%（2010年受金融危机影响，高端内衣市场占比有大幅下跌），增幅达到了44.9%。这同样高于人均GDP(平价购买力)的增幅。马来西亚和波兰在2006年至2011年这段时间内的高端内衣市场占有率的提升，除了GDP的提升外，还显著受益于内衣市场的消费升级。

马来西亚高端内衣市场占比

波兰高端内衣市场占比

目前我国目前的人均GDP（平价购买力）在2015年已经达到了14100美元/年，而高端内衣占内衣市场的比例仍很低。随着我国人均GDP的稳步提高，在未来几年内，我国的内衣市场有可能会经历一个较为明显的消费升级，从而使得高端内衣的市场占有率得到显著提高。

智研咨询发布的《2017-2022年中国内衣行业市场深度调研及投资前景分析报告》共十一

章。首先介绍了内衣相关概念及发展环境，接着分析了中国内衣规模及消费需求，然后对中国内衣市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国内衣面临的机遇及发展前景。您若想对中国内衣有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 内衣相关介绍及特征 16

第一节 内衣的定义和分类 16

一、内衣的定义 16

二、内衣的种类 16

三、文胸的分类 18

四、内裤的分类 20

五、睡衣的分类 21

第二节 内衣行业特征及投资特性 22

一、国际内衣行业发展特征 22

二、内衣行业发展的特点 23

三、内衣行业的投资特性 26

第二章 中国内衣行业发展环境分析 29

第一节 2016年中国宏观经济发展环境分析 29

一、中国GDP增长情况分析 29

自改革开放以来，中国国民经济快速增长。2001年后，中国经济进入了新一轮的增长周期。国民经济总体呈现增长较快、价格回稳、结构优化、民生改善的发展态势。2010年，中国国内生产总值达到408903亿元，2010年国内生产总值按平均汇率折算达到58791亿美元，超过日本，成为仅次于美国的世界第二大经济体，中国经济增长对世界经济的贡献不断提高2015年中国国内生产总值676708亿元，按可比价格计算，比上年增长6.9%。

2016年上半年，中国国内生产总值340637亿元，按可比价格计算，同比增长6.7%。分季度看，一季度同比增长6.7%，二季度增长6.7%。分产业看，第一产业增加值22097亿元，同比增长3.1%；第二产业增加值134250亿元，增长6.1%；第三产业增加值184290亿元，增长7.5%。从环比看，二季度国内生产总值增长1.8%。

2011-2016年中国国内生产总值及增长速度

2014-2016年中国国内生产总值及构成 单位：亿元 2014年 2015年 2016年 国内生产总值 636463 676708 340637 第一产业 58332 60863 22097 第二产业 271392 274278 134250

第三产业	306739	341567	184290
二、工业经济发展形势分析	30		
三、全社会固定资产投资分析	33		
四、社会消费品零售总额分析	36		
五、城乡居民收入与消费分析	37		
六、对外贸易的发展形势分析	39		
第二节 中国服装行业发展环境分析	41		
一、中国服装零售业发展态势分析	41		
二、中国服装商品零售增长分析	43		
三、中国服装市场销售情况分析	43		
四、中国服装企业发展情况分析	45		
第三节 中国内衣行业社会环境分析	46		
一、中国人口环境分析	46		
二、居民服装消费支出情况	49		
三、品牌消费意识不断增强	50		
第三章 中国内衣行业发展分析	51		
第一节 内衣行业发展分析	51		
一、中国内衣行业发展回顾	51		
二、中国内衣行业发展大事记	53		
三、中国内衣行业总体发展状况	56		
四、中国内衣业发展模式与变革	57		
五、中国内衣行业面临整合与提升	60		
六、2016年中国内衣行业发展分析	63		
第二节 内衣市场发展概况	65		
一、中国内衣市场主要发展特点	65		
二、中国内衣市场零售规模分析	67		
三、中国儿童内衣市场尚未被重视	67		
四、中国内衣零售市场发展趋势	68		
五、中国内衣市场发展空间较大	68		
第三节 内衣市场品牌分析	70		
一、中国内衣市场品牌状况分析	70		
二、中国内衣市场品牌格局分析	72		
三、中高档内衣品牌发展困境及对策	73		
四、中国内衣品牌差异化策略分析	75		

第四节 重点地区内衣市场发展状况 76

一、上海内衣市场分析 76

二、北京内衣市场分析 77

三、山东内衣市场分析 78

第五节 内衣市场需求分析 79

一、内衣品牌化需求不断提升 79

二、高科技保健内衣成需求热点 79

三、针织内衣市场发展空间不减 80

四、保暖内衣各层面消费者的需求分析 80

第六节 内衣行业存在的问题及对策 82

一、阻碍内衣行业发展的因素 82

二、中国内衣市场发展面临的挑战 83

三、促进中国内衣行业发展的对策 84

四、中国高端内衣市场拓展策略分析 85

五、内衣企业应对市场变化的措施建议 86

第四章 中国内衣细分产业分析 89

第一节 保暖内衣 89

一、中国保暖内衣行业发展回顾 89

二、保暖内衣市场进化的趋向分析 91

三、中国保暖内衣市场格局分析 92

四、中国保暖内衣市场发展措施 93

第二节 针织内衣 96

一、中国针织内衣市场发展状况 96

二、针织内衣民企在转方式中洗牌 97

三、中国针织内衣质量情况分析 98

四、中国针织内衣产品发展趋势 99

第三节 女性内衣 100

一、中国女性内衣市场分析 100

二、女性内衣市场零售规模分析 100

三、女性内衣产品竞争因素分析 101

四、女性内衣品牌市场格局分析 101

五、女性内衣市场区域战略定位分析 102

六、女性内衣趋于精细化和人性化 105

第四节 男士内衣 106

- 一、男士内衣分类 106
- 二、中国男性内衣市场概况 108
- 三、男士内衣市场零售规模分析 110
- 四、中国男士内衣品牌发展分析 110
- 五、男士内衣品牌打造策略分析 112
- 六、男士内衣明星营销案例分析 114
- 七、男士内衣向舒适保健发展 117
- 第五节 家居服 118
 - 一、中国家居服产业发展概况 118
 - 二、中国家居服市场状况分析 119
 - 三、家居服市场发展态势及展望 120
 - 四、中国家居服行业发展前景分析 123
- 第六节 睡衣 123
 - 一、睡衣在农村市场逐渐兴起 123
 - 二、睡衣市场零售规模分析 124
 - 三、女性性感睡衣市场有待开发 125
 - 四、中国睡衣市场消费趋势分析 126
- 第七节 运动内衣 127
 - 一、日本运动内衣市场竞争状况及策略 127
 - 二、红地轻工打造中国专业运动内衣 129

- 第五章 中国内衣市场消费分析 131
 - 第一节 内衣消费概况 131
 - 一、消费者内衣品牌观念分析 131
 - 二、国内内衣消费水准上升 132
 - 三、消费者较青睐纯棉内衣 133
 - 四、网络时代的内衣消费解析 134
 - 第二节 内衣消费者分析 135
 - 一、内衣消费的目的 135
 - 二、中国内衣消费者行为及市场对策 136
 - 三、内衣消费者购买行为分析 144
 - 四、影响消费者购买行为的因素 150
 - 五、内衣的消费心理及营销措施 152
 - 第三节 中国女性体型及内衣消费特点研析 161
 - 一、中国女性形体特征变化概述 161

二、不同年龄段女性体型特征差异 161

三、不同地区人的体型特征差异 163

四、内衣消费特点调查分析 164

第四节 中国内衣消费的潜力与趋势 166

一、内衣消费的发展潜力分析 166

二、女性内衣消费趋势分析 167

第六章 中国内衣产品进出口状况分析 171

第一节 2014-2016年中国内衣进出口情况 171

一、2014-2016年中国内衣进口分析 171

二、2014-2016年中国内衣出口分析 173

三、内衣出口产品质量安全引发关注 175

第二节 2014-2016年中国男式内衣进出口情况（6207） 176

一、2014-2016年中国男式内衣进口分析 176

二、2014-2016年中国男式内衣出口分析 177

三、2014-2016年中国男式内衣进出口均价 177

四、2014-2016年主要省市男式内衣进出口情况 178

五、2014-2016年中国男式内衣进出口流向情况 179

第三节 2014-2016年中国女式内衣进出口情况（6208） 181

一、2014-2016年中国女式内衣进口分析 181

二、2014-2016年中国女式内衣出口分析 182

三、2014-2016年中国女式内衣进出口均价 183

四、2014-2016年主要省市女式内衣进出口情况 183

五、2014-2016年中国女式内衣进出口流向情况 185

第七章 中国内衣区域产业发展分析 188

第一节 浙江 188

一、浙江省内衣市场发展概况 188

二、浙江省杭州情趣内衣市场现状 189

三、本土品牌成杭州内衣市场亮点 191

四、义乌无缝内衣产业发展分析 191

第二节 温州 193

一、温州内衣产业谋求“二次崛起” 193

二、温州共谋内衣行业新发展 194

三、温州内衣市场经营模式分析 196

第三节 南海盐步 197

- 一、南海盐步内衣产业发展概况 197
- 二、盐步内衣产业发展优势分析 198
- 三、盐步内衣产业发展集体转型升级 200
- 四、“南海盐步内衣”集体商标获批 201
- 五、盐步内衣产业的发展思路与对策 202

第四节 深圳 204

- 一、深圳市内衣产业发展引领全国 204
- 二、深圳举行国际品牌内衣展 204
- 三、深圳内衣产业应深化产业优势 205
- 四、深圳内衣产业应加强聚集效应 206

第五节 其它地区 206

- 一、江苏省内衣产业发展现状分析 206
- 二、中山内衣行业谋求发展与突破 207
- 三、泉州内农业企业渐重视国内市场 210

第八章 中国内衣市场营销状况分析 211

第一节 内衣营销发展概况 211

- 一、中国内衣市场的营销模式 211
- 二、中国内衣本土品牌的营销模式 212
- 三、中国内衣企业已走向营销创新 213
- 四、女士内衣市场营销中的文化魅力 215

第二节 内衣行业销售渠道与趋势 216

- 一、国内内衣销售渠道的构成 216
- 二、内衣销售渠道发展概况 218
- 三、内衣营销渠道逐渐呈现扁平化趋势 219
- 四、内衣渠道发展趋势 220

第三节 内衣市场营销策略分析 226

- 一、内衣终端营销策略 226
- 二、淡季内衣营销的策略分析 229
- 三、内衣品牌国际化营销通道 233
- 四、内衣品牌规划及营销战略 236
- 五、内衣品牌广告营销策略 239

第四节 知名内衣品牌营销战略概述 242

- 一、婷美：以“概念”求立足 242

二、黛安芬：在变化中把控 243

三、美思：“多样化”博销量 245

四、爱慕：“文化”价值链 246

第五节 品牌内衣营销案例分析 247

一、婷美中科暖卡营销策略 247

二、AB内衣服营销变迁 254

三、红豆内衣营销方式分析 257

第九章 中国内衣市场竞争态势分析 259

第一节 中国内衣行业竞争力分析 259

一、近年中国内衣服在竞争中发展 259

二、中国内衣服产业整体竞争力分析 259

三、广告新政促内衣服企业提升竞争力 260

四、中国内衣服行业发展需提高竞争力 261

第二节 中国内衣服品牌竞争分析 261

一、国际品牌内衣服纷纷进军中国市场 261

二、中国高端内衣服市场竞争逐渐升级 262

三、女性高端内衣服竞争追求技术工艺 263

四、保暖内衣服竞争的核心是品牌营销 264

第三节 中国国内各地区内衣服竞争态势 264

一、北京内衣服市场竞争日益激烈 264

二、上海内衣服市场品牌竞争格局 265

三、深圳内衣服市场竞争态势分析 266

第四节 品牌内衣服竞争力提升策略分析 267

第十章 国内外重点内衣服品牌企业经营分析 270

第一节 国际品牌内衣服企业 270

一、德国黛安芬 270

二、日本华歌尔 272

三、香港安莉芳 274

四、台湾欧迪芬 276

第二节 北京爱慕内衣服有限公司 279

一、公司基本情况 279

二、企业主要经济指标 279

三、企业偿债能力分析 280

- 四、企业盈利能力分析 280
- 五、企业运营能力分析 281
- 六、企业成本费用分析 282
- 第三节 江苏AB集团有限责任公司 282
 - 一、公司基本情况 282
 - 二、企业主要经济指标 283
 - 三、企业偿债能力分析 283
 - 四、企业盈利能力分析 284
 - 五、企业运营能力分析 285
 - 六、企业成本费用分析 285
- 第四节 扬州市北极绒服饰有限公司 286
 - 一、公司基本情况 286
 - 二、企业主要经济指标 286
 - 三、企业偿债能力分析 287
 - 四、企业盈利能力分析 287
 - 五、企业运营能力分析 288
 - 六、企业成本费用分析 288
- 第五节 婷美集团保健科技有限公司 289
 - 一、公司基本情况 289
 - 二、企业主要经济指标 290
 - 三、企业偿债能力分析 290
 - 四、企业盈利能力分析 291
 - 五、企业运营能力分析 292
 - 六、企业成本费用分析 292
- 第六节 上海三枪制衣厂有限公司 293
 - 一、公司基本情况 293
 - 二、企业主要经济指标 293
 - 三、企业偿债能力分析 294
 - 四、企业盈利能力分析 294
 - 五、企业运营能力分析 295
 - 六、企业成本费用分析 295
- 第七节 广东曼妮芬服装有限公司 296
 - 一、公司基本情况 296
 - 二、企业主要经济指标 297
 - 三、企业偿债能力分析 297

四、企业盈利能力分析 298

五、企业运营能力分析 299

六、企业成本费用分析 299

第八节 深圳市曼妮芬内衣有限公司 299

一、公司基本情况 299

二、企业主要经济指标 300

三、企业偿债能力分析 300

四、企业盈利能力分析 301

五、企业运营能力分析 301

六、企业成本费用分析 302

第九节 丽晶维珍妮内衣（深圳）有限公司 302

一、公司基本情况 302

二、企业主要经济指标 303

三、企业偿债能力分析 303

四、企业盈利能力分析 304

五、企业运营能力分析 305

六、企业成本费用分析 305

第十节 广东嘉莉诗（国际）服装有限公司 306

一、公司基本情况 306

二、企业主要经济指标 307

三、企业偿债能力分析 307

四、企业盈利能力分析 308

五、企业运营能力分析 309

六、企业成本费用分析 309

第十一节 华歌尔（中国）时装有限公司 310

一、公司基本情况 310

二、企业主要经济指标 310

三、企业偿债能力分析 311

四、企业盈利能力分析 311

五、企业运营能力分析 312

六、企业成本费用分析 313

第十二节 南通海林集团有限公司 313

一、公司基本情况 313

二、企业主要经济指标 314

三、企业偿债能力分析 314

四、企业盈利能力分析 315

五、企业运营能力分析 316

六、企业成本费用分析 316

第十三节 山东兰凤针织有限公司 317

一、公司基本情况 317

二、企业主要经济指标 317

三、企业偿债能力分析 318

四、企业盈利能力分析 318

五、企业运营能力分析 319

六、企业成本费用分析 319

第十四节 汕头市龙泉服饰有限公司 320

一、公司基本情况 320

二、企业主要经济指标 320

三、企业偿债能力分析 321

四、企业盈利能力分析 321

五、企业运营能力分析 322

六、企业成本费用分析 323

第十五节 浙江嘉毅实业有限公司 323

一、公司基本情况 323

二、企业主要经济指标 324

三、企业偿债能力分析 324

四、企业盈利能力分析 324

五、企业运营能力分析 325

六、企业成本费用分析 325

第十六节 福建省晋江市浩沙制衣有限公司 326

一、公司基本情况 326

二、企业主要经济指标 327

三、企业偿债能力分析 327

四、企业盈利能力分析 328

五、企业运营能力分析 329

六、企业成本费用分析 329

第十七节 汕头市鹏升内衣有限公司 330

一、公司基本情况 330

二、企业主要经济指标 330

三、企业偿债能力分析 331

四、企业盈利能力分析 331

五、企业运营能力分析 332

六、企业成本费用分析 333

第十八节 海南优美内衣有限公司 333

一、公司基本情况 333

二、企业主要经济指标 334

三、企业偿债能力分析 334

四、企业盈利能力分析 335

五、企业运营能力分析 336

六、企业成本费用分析 336

第十九节 佛山市南海新怡内衣有限公司 337

一、公司基本情况 337

二、企业主要经济指标 337

三、企业偿债能力分析 338

四、企业盈利能力分析 339

五、企业运营能力分析 340

六、企业成本费用分析 340

第二十节 广东美思内衣有限公司 341

一、公司基本情况 341

二、企业主要经济指标 341

三、企业偿债能力分析 342

四、企业盈利能力分析 342

五、企业运营能力分析 343

六、企业成本费用分析 343

第十一章 2017-2022年中国内衣行业发展前景及趋势分析 345 (ZY ZM)

第一节 2017-2022年中国内衣行业发展趋势分析 345

一、内衣需求发展趋势分析 345

二、内衣面料发展趋势分析 346

三、内衣市场的细分化趋势 346

四、高端内衣市场发展趋势 347

五、针织内衣发展趋势分析 348

第二节 2017-2022年内衣行业流行发展趋势分析 349

一、世界内衣行业流行趋势 349

二、女性内衣未来流行趋势 355

- 三、男式内衣流行趋势分析 355
- 四、内衣颜色潮流趋势分析 356
- 第三节 2017-2022年中国内衣行业发展前景分析 357
 - 一、亚洲内衣市场发展空间广阔 357
 - 二、内衣市场空前繁荣前景广阔 357
 - 三、未来中国内衣服市场潜力巨大 358
 - 四、高性能运动内衣市场前景乐观 359
- 第四节 2017-2022年中国内衣行业前景预测分析 359
 - 一、中国内衣市场规模预测分析 359
 - 二、男士内衣市场前景预测分析 360
 - 三、女性内衣市场前景预测分析 360

图表目录：

- 图表 1 文胸款式的主要分类和说明 19
- 图表 2 2014-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图 30
- 图表 3 2014-2016年中国人均国内生产总值变化趋势图 30
- 图表 4 2014-2016年中国全部工业增加值及增长速度趋势图 31
- 图表 5 2016年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 31
- 图表 6 2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 34
- 图表 7 2014-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 35
- 图表 8 2016年中国社会消费品零售总额同比增长趋势图 36
- 图表 9 2014-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 37
- 图表 10 2014-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 38
- 图表 11 2014-2016年农村居民纯收入及增长情况统计 38
- 图表 12 2016年中国货物进出口总额及其增长速度 39
- 图表 13 2014-2016年中国进出口总额增长趋势图 41
- 图表 14 2014-2016年限额以上批发和零售业服装类商品零售增长率 43
- 图表 16 中国服装行业销售收入前十企业统计 45
- 图表 17 中国服装行业利润总额前十企业统计 45
- 图表 18 中国服装行业销售利润率前十企业统计 46
- 图表 19 2016年中国人口数量及其构成情况 47
- 图表 20 2014-2016年中国人口数量变化趋势图 47
- 图表 21 2016年中国各年龄段人口比重 47
- 图表 22 2014-2016年中国各年龄段人口比重变化情况 48
- 图表 23 中国城镇居民人均服装支出趋势图 49

- 图表 24 2014-2016年中国内衣市场零售规模增长趋势图 67
- 图表 25 中国内衣市场主流品牌格局 72
- 图表 26 2016年中国保暖内衣品牌市场占有率 92
- 图表 27 2014-2016年中国女性内衣零售额增长趋势图 101
- 图表 28 2016年女性内衣前十位品牌市场占有率 102
- 图表 29 2014-2016年中国男士内衣零售额变化趋势图 110
- 图表 30 2014-2016年中国男式睡衣零售额变化趋势图 124
- 图表 31 2014-2016年中国女性睡衣零售额变化趋势图 125
- 图表 32 消费者购买内衣渠道比例 138
- 图表 33 消费内衣购买的时机 138
- 图表 34 男性喜欢的内衣款式比例 139
- 图表 35 消费者内衣面料的选择 140
- 图表 36 消费者内衣颜色的选择 141
- 图表 37 消费者喜欢的异性内衣风格 142
- 图表 38 中国女青年内衣规格表 161
- 图表 39 中国已婚妇女内衣规格表 162
- 图表 40 中国中老年妇女内衣规格表 163
- 图表 41 2014-2016年中国内衣进口数量统计 171
- 图表 42 2014-2016年中国内衣进口金额统计 172
- 图表 43 2016年中国内衣进口结构图 173
- 图表 44 2014-2016年中国内衣出口数量统计 173
- 图表 45 2014-2016年中国内衣出口金额统计 174
- 图表 46 2016年中国内衣进口结构图 175
- 图表 47 2014-2016年中国男式内衣进口数量统计 176
- 图表 48 2014-2016年中国男式内衣进口金额统计 176
- 图表 49 2014-2016年中国男式内衣出口数量统计 177
- 图表 50 2014-2016年中国男式内衣出口金额统计 177
- 图表 51 2014-2016年中国男式内衣进出口均价情况 178
- 图表 52 2015年中国主要省市（分海关）男式内衣进口统计 178
- 图表 53 2016年中国主要省市（分海关）男式内衣进口统计 178
- 图表 54 2015年中国主要省市（分海关）男式内衣出口统计 179
- 图表 55 2016年中国主要省市（分海关）男式内衣出口统计 179
- 图表 56 2015年中国男式内衣进口来源地情况 180
- 图表 57 2016年中国男式内衣进口来源地情况 180
- 图表 58 2015年中国男式内衣出口流向情况 180

- 图表 59 2016年中国男式内衣出口流向情况 181
 - 图表 60 2014-2016年中国女式内衣进口数量统计 181
 - 图表 61 2014-2016年中国女式内衣进口金额统计 182
 - 图表 62 2014-2016年中国女式内衣出口数量统计 182
 - 图表 63 2014-2016年中国女式内衣出口金额统计 182
 - 图表 64 2014-2016年中国女式内衣进出口均价情况 183
 - 图表 65 2015年中国主要省市（分海关）女式内衣进口统计 183
 - 图表 66 2016年中国主要省市（分海关）女式内衣进口统计 184
 - 图表 67 2015年中国主要省市（分海关）女式内衣出口统计 184
 - 图表 68 2016年中国主要省市（分海关）女式内衣出口统计 185
 - 图表 69 2015年中国女式内衣进口来源地情况 185
 - 图表 70 2016年中国女式内衣进口来源地情况 186
 - 图表 71 2015年中国女式内衣出口流向情况 186
 - 图表 72 2016年中国女式内衣出口流向情况 186
 - 图表 73 黛安芬发展史 270
 - 图表 74 黛安芬集团旗下品牌介绍 271
 - 图表 75 日本华歌尔公司旗下品牌介绍 273
 - 图表 76 安莉芳集团旗下品牌介绍 275
 - 图表 77 欧迪芬国际集团旗下品牌介绍 277
 - 图表 78 北京爱慕内衣有限公司资产及负债统计 279
 - 图表 79 北京爱慕内衣有限公司收入及利润统计 280
 - 图表 80 北京爱慕内衣有限公司偿债能力统计 280
 - 图表 81 北京爱慕内衣有限公司资产负债率趋势图 280
 - 图表 82 北京爱慕内衣有限公司盈利能力统计 281
 - 图表 83 北京爱慕内衣有限公司毛利率趋势图 281
 - 图表 84 北京爱慕内衣有限公司运营能力统计 281
 - 图表 85 北京爱慕内衣有限公司成本费用统计 282
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201611/468752.html>