

2009年中国内衣市场分析及投资 前景展望报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2009年中国内衣市场分析及投资前景展望报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/200812/16-9605.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

前言

统计显示，我国内衣市场的年销售额在1500亿元以上，且以每年近20%的速度在增长。我国生产内衣的企业达3000多家，山东、浙江、广东等地已经成为内衣加工基地。女式内衣在内衣中占到60%，成为整个内衣行业的重中之重。专家认为，目前内农业仍然是我国服装产业中最具活力和发展前景的一个子行业，其利润空间相对其他子行业平均高出50%左右。

内衣行业被业内人士看作是有着高成长性的行业。在西方，内衣消费占服饰消费的比例相当大。例如，法国为22%，每年法国妇女用于内衣的消费的金额约为17亿欧元。英国女士每人每年有112欧元花在内衣上。而中国女性在内衣消费方面的支出大约只有200亿元人民币，仅占衣着消费的5%。比较以上统计数字可以看出，中国内衣市场的未来发展空间巨大。

本研究报告共十四章，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、中国服装协会、中国服装设计师协会、中国纺织工业协会、全国商业信息中心、中国纺织服装信息中心等权威机构公布和提供的大量资料。对国内外内衣行业市场的发展现状、趋势、投资前景等进行了分析，内容全面，概括精辟。是内衣行业企业及相关企业和单位准确了解目前中国内衣行业市场发展现状，制定投资策略的必备的参考资料。

第一章 内衣行业概念及产业发展环境 1

一、内衣行业概念 1

（一）内衣的定义 1

（二）内衣的分类 2

（三）胸罩分类 4

（四）内裤分类 6

（五）内衣行业发展历程 7

二、2008-2009年中国经济发展环境分析 10

（一）2008年前三季度经济运行情况 10

（二）全球金融危机对中国产业格局影响 15

（三）中国应对金融危机的措施 19

（四）2009年经济增长趋势预测 28

三、2008年我国内衣产业发展政策环境分析 34

（一）针织内衣行业标准 34

（二）我国提高纺织品出口关税税率产品清单 36

（三）2008年纺织品出口退税上调 42

四、我国内衣产业发展其他影响因素分析 43

(一) 城乡居民可支配收入增长驱动因素 43

(二) 城市化进程继续加快推动需求 44

(三) 中产阶级崛起,促进消费升级 45

第二章 国际服装行业发展形势分析 46

一、全球服装行业发展状况分析 46

(一) 世界服装行业发展特点分析 46

(二) 世界服装行业发展规模分析 58

(三) 世界服装行业发展存在的问题分析 59

二、国际服装市场发展动态分析 59

(一) 世界服装市场需求状况分析 59

(二) 世界服装市场进出口状况统计分析 59

(三) 世界服装生产结构分析 60

三、2008-2010年世界服装行业发展趋势分析 61

第三章 国际内衣市场运行态势分析 62

一、全球内衣市场动态分析 62

(一) 2008年世界内衣流行分析 62

(二) 世界内衣品牌竞争分析 63

(三) 产品需求特点分析 66

二、全球主要国家内衣市场动态分析 67

(一) 意大利内衣市场 67

(二) 法国内衣市场 68

(三) 日本内衣市场 68

(四) 台湾内衣市场 71

三、2008-2015年世界内衣市场运行趋势分析 72

第四章 纺织行业发展与原料供应状况 73

一、纺织行业发展状况 73

(一) 金融危机对全球纺织需求影响 73

(二) 金融危机对全球纺织企业影响 75

(三) 2008-2009年我国纺织行业竞争优势分析 77

(四) 2008年1-8月纺织行业运行情况分析 81

二、我国内衣生产原料的供应状况分析 84

(一) 化纤 84

(二) 纺织品 85

(三) 棉纺供应 86

(四) 麻纺供应 87

(五) 服装面料供应 88

第五章 我国内衣产业营运格局分析 89

一、2008年我国内衣产业发展动态分析 89

(一) “鄂尔多斯”进军内衣市场 89

(二) 振汉袜业向全国代理商宣布将进军内衣市场 90

(三) 妃芬服饰进军内衣市场 90

(四) 纤丝鸟进军四季内衣市场 91

(五) “美宝莲”进军内衣业 91

二、2008年我国内衣产业发展存在的问题与对策分析 91

(一) 内衣行业急需设计人才 91

(二) 阻碍内衣行业发展的因素 94

(三) 中小内衣品牌的发展对策 97

三、2008年我国完善功能性修正型内衣市场前景广阔 99

第六章 我国内衣市场需求状况分析 102

一、2008年我国内衣市场需求分析 102

(一) 内衣品牌化需求不断提升 102

(二) 高科技保健内衣成需求热点 102

(三) 我国针织内衣市场需求上升 103

(四) 保暖内衣各层面消费者的需求分析 103

二、2008年我国塑身内衣市场发展动态分析 104

(一) 女性塑身内衣功能及材质特点 104

(二) 女性塑身内衣重新走火内衣市场 105

(三) 我国针织塑身内衣喜中带忧 106

三、2008年我国内衣市场进出口统计分析 107

第七章 我国内衣市场消费者调查分析 113

一、内衣目标市场构成分析 113

二、内衣消费者购买行为分析 113

(一) 消费者购买行为类型 113

(二) 影响消费者购买行为的因素 114

(三) 内衣购买行为分析 114

三、都市人内衣消费习惯和观念调查 115

(一) 专卖店——品牌消费的主力场所 115

(二) 品牌和面料为消费者购买的主要考虑因素 116

(三) 新颖、时尚、个性成为内衣风格变化的三要素 117

(四) 对异性穿着的欣赏成为时尚个性内衣流行的源动力 118

(五) 结识新异性对时尚个性内衣的需求成为消费的新亮点 120

(六) 内衣消费渐趋品牌化 121

(七) 内衣款式应朝新颖、时尚、个性化方向发展 121

(八) 消费者期待个性内衣品牌市场分析 121

四、内衣的消费心理 122

(一) 消费心理分析 122

(二) 中年女性消费行为特点与营销策略 123

(三) 青年的消费心理特征及对企业营销的启示 126

五、内衣消费者购买偏好分析 132

(一) 男性购买内衣偏好分析 132

(二) 国内四大城市内衣穿着取向调查 133

(三) 纯棉内衣最受众消费者青睐 134

六、服装消费者购买行为分析及趋势展望 135

(一) 消费者购买服装的渠道 137

(二) 购买服装时间选择 138

(三) 打折促销对市场影响 140

(四) 洋品牌市场表现 141

(五) 主要服装产品的消费变化 141

第八章 我国内衣市场竞争格局分析 142

一、2008年我国内衣市场竞争现状分析 142

- (一) 我国内业在竞争中发展 142
- (二) 我国内衣产业的整体竞争力 142
- (三) 我国内衣行业需提高竞争力 142

二、2008年我国内衣品牌竞争现状分析 143

- (一) 国内外品牌角逐女性高端内衣市场 143
- (二) 保暖内衣品牌市场竞争激烈 145
- (三) 提升品牌内衣竞争力的思路 146

三、2008年我国内衣市场竞争存在的问题分析 147

第九章 我国内衣细分市场的需求状况分析 148

一、保暖内衣 148

- (一) 我国保暖内衣产品特点 148
- (二) 我国保暖内衣市场发展剖析 148
- (三) 我国保暖内业存在的问题 152

二、针织内衣 153

- (一) 我国针织内衣市场发展状况 153
- (二) 国内针织内衣行业发展繁荣 154
- (三) 国内针织内衣产品的发展趋势 155

三、女性内衣 158

- (一) 女性内衣产品竞争力的核心因素 158
- (二) 女性内衣市场区域战略定位 159
- (三) 女性内衣市场新趋向 162

四、男士内衣 163

- (一) 男性内衣市场现状 163
- (二) 男士内衣向舒适保健发展 164
- (三) 我国男性内衣发展空间大 164

五、家居服 165

- (一) 国内家居服发展现状 165
- (二) 家居服市场异军突起的原因 167
- (三) 家居服市场发展前景广阔 168

六、睡衣 170

- (一) 国内睡衣热销农村市场 170
- (二) 女性性感睡衣市场有待开发 171
- (三) 睡衣市场消费趋势 171

第十章 我国内衣行业营销策略分析 173

一、内衣终端营销策略 173

- (一) 内衣终端如何做促销 173
- (二) 调整内衣在美容院开辟销售新路 175

二、内衣品牌广告传播策略和目标的确定 177

- (一) 广告传播策略的确定 177
- (二) 广告传播目标的确定 179

三、品牌扩建市场份额策略 180

- (一) 广告宣传 180
- (二) 专卖店的形象建设 181
- (三) 事件宣传 181
- (四) 参与服装交易会 182

四、内衣企业营销创新策略 182

- (一) 渠道的创新 183
- (二) 终端的创新 183
- (三) 设计创新 184

第十一章 我国内衣区域产业发展概况 185

一、广东省内衣市场发展状况 185

- (一) 广东汕头潮阳 185
- (二) 广东南海盐步 186
- (三) 广东深圳公明 187
- (四) 广东中山小榄 187

二、福建省内衣市场发展状况 188

- (一) 福建晋江深沪镇 188
- (二) 泉州内衣企业内销情况分析 189

三、浙江内衣市场发展状况 191

- (一) 浙江义乌 191
- (二) 浙江温州 192
- 四、其他区域内衣市场发展状况 193
 - (一) 江苏 193
 - (二) 上海 194
 - (三) 北京 195
 - (四) 山东 195

第十二章 国际内衣产品品牌分析 197

- 一、德国黛安芬 197
 - (一) 企业发展历程分析 197
 - (二) 企业发展规划分析 198
- 二、香港安莉芳 199
 - (一) 企业发展历程分析 199
 - (二) 企业发展规划分析 202
- 三、台湾欧迪芬 202
 - (一) 企业发展历程分析 202
 - (二) 企业发展规划分析 203
- 四、日本华歌尔 203
 - (一) 企业发展历程分析 203
 - (二) 企业发展规划分析 205
- 五、LAPERLA LAPERLA 205
 - (一) 企业发展历程分析 205
 - (二) 企业发展规划分析 206
- 六、仙黛尔 207
 - (一) 企业发展历程分析 207
 - (二) 企业发展规划分析 207
- 七、LISE CHARMELE 208
 - (一) 企业发展历程分析 208
 - (二) 企业发展规划分析 208
- 八、施康娜 208
 - (一) 企业发展历程分析 208

(二) 企业发展规划分析 209

第十三章 我国重点内衣品牌企业分析 210

一、爱慕 210

(一) 企业基本概况分析 210

(二) 企业财务状况分析 211

(三) 企业发展动态分析 214

二、芬怡 215

(一) 企业基本概况分析 215

(二) 企业财务状况分析 216

(三) 企业发展动态分析 216

三、曼妮芬 216

(一) 企业基本概况分析 216

(二) 企业财务状况分析 217

(三) 企业发展动态分析 220

四、百利安 222

(一) 企业基本概况分析 222

(二) 企业财务状况分析 223

(三) 企业发展动态分析 226

五、AB公司 227

(一) 企业基本概况分析 227

(二) 企业财务状况分析 228

(三) 企业发展动态分析 231

六、婷美 232

(一) 企业基本概况分析 232

(二) 企业财务状况分析 233

(三) 企业发展动态分析 236

七、三枪 239

(一) 企业基本概况分析 239

(二) 企业财务状况分析 240

(三) 企业发展动态分析 243

八、北极绒 244

- (一) 企业基本概况分析 244
- (二) 企业财务状况分析 245
- (三) 企业发展动态分析 246

九、南极人 247

- (一) 企业基本概况分析 247
- (二) 企业发展动态分析 248

第十四章 2008-2010年我国内衣行业发展及投资分析 250

一、2008-2010年我国内衣行业发展潜力与趋势分析 250

- (一) 我国内业市场潜力分析 250
- (二) 女性内衣设计发展趋势 251
- (三) 针织内衣的发展趋势 255
- (四) 保暖内衣行业发展方向 259

二、2008-2010年我国内衣行业投资分析 262

- (一) 我国内衣行业投资环境分析 262
- (二) 我国内衣行业投资机会分析 263
- (三) 我国内衣行业投资风险分析 264

图表目录

- 图表 1：2006-2008年三季度中国GDP增长情况 10
- 图表 2：2008年前三季度中国三大产业结构 11
- 图表 3：2003-2008年中国工业增加值增长率 11
- 图表 4：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况 12
- 图表 5：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势 13
- 图表 6：2008年1-9月中国外贸增长情况 14
- 图表 7：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%） 17
- 图表 8：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%） 17
- 图表 9：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%） 17
- 图表 10：近期公布的刺激经济的政策一览表 20
- 图表 11：提高出口退税率的商品清单 24
- 图表 12：2009年主要宏观经济增长指标预测 29
- 图表 13：FZ/T 73019.1-2004针织塑身内衣（弹力型）行业标准 35

- 图表 14：FZ/T 73019.2-2004 针织塑身内衣（调整型）行业标准 36
- 图表 15：提高纺织品出口关税税率产品清单 36
- 图表 16：提高出口退税率的纺织品清单 42
- 图表 17：1998-2007 年城乡居民人均可支配收入变化 44
- 图表 18：1950-2030 年中国的城市化进程及国际比较 44
- 图表 19：1995-2007 年社会消费品零售总额城乡构成 45
- 图表 20：历年中国不同经济阶层可支配收入增长（%） 45
- 图表 21：金融危机影响我国纺织行业国际市场需求示意图 74
- 图表 22：美国商品零售增长情况 75
- 图表 23：2007 年我国化纤产量分月图 84
- 图表 24：2007 年 1-12 月化纤产量完成情况（万吨） 85
- 图表 25：2008 年 10 月主要纺织品产量 85
- 图表 26：2008 年 10 月全国布产量（分产品） 85
- 图表 27：2008 年 1-9 月棉布主要省市产量变化（万米） 86
- 图表 28：《产业经济学》里著名的“微笑曲线” 95
- 图表 29：2002-2007 年内衣出口对比图 107
- 图表 30：2007 年 1-10 月我国出口内衣情况 108
- 图表 31：2007 年 1-10 月我国内衣出口前十省市 110
- 图表 32：2008 年 1-9 月我国女背心等内衣, 衬裙, 短衬裤, 睡衣裤, 浴晨衣等进口数据 111
- 图表 33：2008 年 1-9 月我国女背心等内衣, 衬裙, 短衬裤, 睡衣裤, 浴晨衣等出口数据 111
- 图表 34：内衣消费者购买行为 113
- 图表 35：是否有固定品牌 114
- 图表 36：购买内衣的场所 115
- 图表 37：购买内衣的主要考虑因素 116
- 图表 38：整体着装风格变化情况 117
- 图表 39：内衣穿着风格变化 118
- 图表 40：开放的花色亮丽内衣接受度 119
- 图表 41：对异性穿着亮丽的内衣的接受度 119
- 图表 42：可能选择场合 120
- 图表 43：服装类别 135
- 图表 44：服装消费趋向 136
- 图表 45：消费者通常在假日购买成衣的比例 137

- 图表 46：消费者购买成衣的渠道 137
- 图表 47：消费者购买服装的消费额 138
- 图表 48：现代人的服装消费观念 139
- 图表 49：消费者购买动机 140
- 图表 50：2008年4月棉毛衫裤市场前十位品牌市场综合占有率（%） 154
- 图表 51：2007年北京爱慕内衣有限公司经营状况分析 211
- 图表 52：2007年广东曼妮芬服装有限公司经营状况分析 217
- 图表 53：2007年汕头市百利安内衣有限公司经营状况分析 223
- 图表 54：AB集团国内销售网络图 228
- 图表 55：2007年江苏AB集团有限责任公司经营状况分析 228
- 图表 56：2007年婷美集团保健科技有限公司经营状况分析 233
- 图表 57：2007年上海三枪制衣厂有限公司经营状况分析 240

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/200812/16-9605.html>