

# 2009年中国内衣行业分析及投资 发展预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2009年中国内衣行业分析及投资发展预测报告》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/R1202/200812/18-9740.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](mailto: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

### 第一章 2008年中国内衣行业发展环境分析

#### 一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2008年中国内衣行业发展政策环境分析

- (一) 针织内衣行业标准分析
- (二) 中国提高纺织品出口关税税率产品清单
- (三) 政府新出台政策分析

#### 三、2008年中国内衣行业发展社会环境分析

### 第二章 内衣的相关概述

#### 一、内衣行业相关定义及分类

- (一) 根据内衣不同品种来划分
- (二) 根据内衣制造的面料来划分
- (三) 根据内衣的功能来划分
- (四) 根据穿着的不同场合来划分

#### 二、内衣行业特征和投资特性分析

- (一) 内衣行业特征
- (二) 内衣行业投资特性

### 第三章 2008年全球内衣行业发展情况分析

#### 一、2008年全球内衣市场发展态势分析

- (一) 全球内衣业发展历程分析
- (二) 全球内衣业特征分析

#### 二、2008年美国内衣市场发展情况分析

- (一) 美国内衣市场概况
- (二) 美国内衣市场现状
- (三) 美国研制智能内衣情况
- (四) 美国内衣生产与中国合作情况

#### 三、2008年亚洲内衣市场运行态势分析

(一) 亚洲内衣市场发展分析

(二) 亚洲内衣业潮流趋势分析

#### 四、2008年其他国家内衣市场运行状况分析

(一) 法国情趣内衣市场发展情况

(二) 俄罗斯内衣市场发展情况

(三) 土耳其内衣市场发展情况

(四) 日本研制绿色环保概念内衣情况

(五) 欧盟内衣消费市场分析

### 第四章 2008年中国内衣市场发展状况分析

#### 一、2008年中国内衣市场发展状况分析

(一) 中国内衣市场发展现状

(二) 高档内衣质量及品位要求分析

(三) 多用贴身内衣市场发展状况

(四) 内衣市场多元化发展分析

#### 二、2008年中国内衣市场需求分析

(一) 内衣品牌化需求不断提升

(二) 高科技保健内衣成需求热点

(三) 中国针织内衣市场需求上升

(四) 保暖内衣各层面消费者的需求分析

#### 三、2008年中国内衣市场动态分析

(一) 保暖内衣：经营转型

(二) 常规内衣：规模化、差异化取胜

(三) 无缝内衣：洗牌将继续

(四) 家居服：战略调整

(五) 文胸：中低端市场竞争激烈

(六) 塑身内衣：迎来新高潮

#### 四、2008年中国塑身内衣市场发展动态分析

(一) 女性塑身内衣功能及材质特点

(二) 女性塑身内衣重新走火内衣市场

(三) 中国针织塑身内衣喜中带忧

#### 五、2008年中国高档女性内衣市场与销售特征分析

- (一) 从成熟市场看女性内衣发展过程
- (二) 女性内衣的消费者特征变化
- (三) 渠道模式是内衣企业构建高盈利的关键点
- (四) 女性内衣发展趋势
- (五) 从内衣的市场趋势来看，中国企业胜出之道路

## 六、2008年中国内衣行业发展动态分析

- (一) “鄂尔多斯”进军内衣市场
- (二) 振汉袜业向全国代理商宣布将进军内衣市场
- (三) 妃芬服饰进军内衣市场
- (四) 纤丝鸟进军四季内衣市场
- (五) “美宝莲”进军内衣业

## 七、2008年中国内衣行业发展存在的问题与对策分析

- (一) 内衣行业急需设计人才
- (二) 阻碍内衣行业发展的因素
- (三) 中小内衣品牌的发展对策

## 第五章 2008年中国内衣主要出口市场分析

### 一、日本

- (一) 2007年日本从我国进口内衣情况回顾
- (二) 2008年日本从我国进口内衣情况分析
- (三) 2007年日本东丽内衣用长丝出口分析
- (四) 2008年日本研制出绿色环保概念内衣

### 二、香港

- (一) 2007年香港从大陆进口内衣情况回顾
- (二) 2008年香港从大陆进口内衣情况分析
- (三) 2008年香港内衣企业中国内地布局分析

### 三、欧盟

- (一) 英国
- (二) 意大利
- (三) 法国
- (四) 德国
- (五) 欧盟是全球内衣消费的第三大市场

（六）中国是欧盟市场最大的内衣货源国

#### 四、美国

（一）2007年美国从我国进口内衣情况回顾

（二）美国从我国进口内衣情况分析

（三）美国内衣生产巨头寻求“中国造”

（四）美国对我毛衫及内衣进口配额增加

#### 五、俄罗斯

（一）2007年俄罗斯从我国进口内衣情况回顾

（二）2008年俄罗斯从我国进口内衣情况分析

（三）中国内衣占俄罗斯进口总量的半壁江山

#### 六、其他国家

（一）韩国

（二）乌克兰

### 第六章 2008年中国内衣细分市场发展状况分析

#### 一、2008年中国女性内衣市场发展状况分析

（一）女性内衣市场现状

（二）女性内衣消费者特征分析

（三）女性内衣销售渠道模式分析

（四）女性内衣发展趋势

（五）中国女性内衣市场发展对策

#### 二、2008年中国男式内衣市场发展状况分析

（一）男式内衣告别集体无诉求时代

（二）中国男士内衣市场调研及投资分析

（三）色度中国男式内衣品牌的文化基点

（四）2008年男士内衣品牌时尚发展情况分析

（五）男士内衣市场前景看好

（六）做大男性内衣市场的对策

#### 三、2008年中国保暖内衣市场发展状况分析

（一）保暖内衣市场发展现状

（二）保暖内衣市场问题分析

（三）保暖内衣市场发展对策

(四) 中国保暖内衣品牌排名情况

(五) 2008年升级保暖内衣渠道

(六) 2008年保暖内衣将有新标准

#### 四、2008年中国情趣内衣市场发展状况分析

(一) 中国情趣内衣市场分析

(二) “情趣内衣”成内衣行业隐形冠军

(三) 国外情趣内衣展现个性

#### 五、2008年中国家居服市场发展状况分析

(一) 家居服行业概况

(二) 2008年家居服行业品牌风暴分析

(三) 中国家居服产业定位分析

(四) 中国家居服产业渠道分析

(五) 中国家居服产业营销分析

(六) 家居服品牌文化构建的误区及对策

#### 六、2008年中国睡衣市场发展态势分析

(一) 国内睡衣热销农村市场

(二) 女性性感睡衣市场有待开发

(三) 睡衣市场消费趋势

#### 七、2008年中国针织内衣发展状况分析

(一) 内衣婴儿针织服饰两标准发布

(二) 2008年针织内衣及时装列为山东重点发展目标

(三) 辽宁重点发展针织内衣

(四) 东阳针织内衣谋求渠道突围

(五) 未来将解决针织内衣业统一数据和尺码标准问题

#### 八、2008年中国无缝内衣行业特点分析

(一) 无缝内衣面料革命分析

(二) 羽绒无缝内衣市场渐好

### 第七章 2008年中国内衣行业市场消费者调查分析

#### 一、2008年中国内衣消费者购买行为分析

(一) 消费者购买行为类型

(二) 影响消费者购买行为因素分析

(三) 内衣购买行为分析

(四) 消费者内衣消费观念分析

(五) 消费者购买内衣偏好调查

## 二、2008年中国内衣市场消费者的消费心理分析

(一) 消费心理分析

(二) 中年女性消费行为特点与营销策略

(三) 青年的消费心理特征及对企业营销的启示

(四) 不同收入层次的消费者心理分析

## 三、2008年中国内衣消费者购买偏好分析

(一) 男性购买内衣偏好分析

(二) 国内四大城市内衣穿着取向调查

(三) 纯棉内衣最受众消费者青睐

## 四、2008年中国都市人内衣消费习惯和观念调查分析

(一) 专卖店&mdash;&mdash;品牌消费的主力场所

(二) 品牌和面料为消费者购买的主要考虑因素

(三) 新颖、时尚、个性成为内衣风格变化的三要素

(四) 对异性穿着的欣赏成为时尚个性内衣流行的源动力

(五) 结识新异性对时尚个性内衣的需求成为消费的新亮点

(六) 内衣消费渐趋品牌化

(七) 内衣款式应朝新颖、时尚、个性化方向发展

(八) 消费者期待个性内衣品牌市场分析

## 五、2008年中国南北地域内衣消费者偏好分析

(一) 南方喜素雅，北方喜红色

(二) 北方偏大码，南方偏精致

## 第八章 2008年中国内衣市场竞争格局分析

### 一、2008年中国内衣市场竞争现状分析

(一) 品牌竞争时代来临，内衣厂商蓄势待发

(二) 中国内衣市场细分化竞争即将开始

(三) 中国内衣&ldquo;走在&rdquo;理性回归的路上

(四) 提升品牌内衣在同行中的竞争力

(五) 内衣行业面临两极分化低端内衣销量下滑



(六) 内衣产业群雄逐鹿

(七) 内衣产业品牌之战蓄势待发

## 二、2008年中国内衣品牌竞争现状分析

(一) 国内外品牌角逐女性高端内衣市场

(二) 保暖内衣品牌市场竞争激烈

(三) 提升品牌内衣竞争力的思路

## 三、2008年中国内衣竞争现状特点分析

(一) 区域PK单个，产业集群综合优势有山自然好靠

(二) 内销PK外销，演绎中国内衣生产企业的南北朝

(三) 国有PK私营，活力四射民营企业已经独领风骚

(四) 贴牌PK生产：连锁经营生产营销相侵不依不饶

(五) 国外PK国内：直接面对竞争

(六) 品牌PK营销：文化塑造设计创新才是方向正道

## 第九章 2008年中国内衣行业区域发展概况分析

### 一、浙江义乌

(一) 义乌内衣企业成创牌重点行业

(二) 义乌成为国内最大的无缝内衣产地

(三) 无缝内衣顶级超市垂青义乌

### 二、温州

(一) 温州内衣行业开始强力“拆围”

(二) 温州内衣企业营销策略分析

(三) 温州睡衣市场品牌化趋势所向

### 三、南海盐步

(一) 广东省南海市内衣产业分析

(二) 五大优势凸显“中国内衣名镇”

(三) 南海内衣市场调查分析

(四) 南海内衣发展现状分析

### 四、深圳

(一) 深圳内衣产值超百亿元

(二) 深圳公明拟打造大型内衣专业市场

(三) 百余内衣品牌扎堆深圳

(四) 2008年深圳内衣产业开打“聚集”牌

## 五、福建

(一) 福建晋江深沪

(二) 泉州内衣行业奥运商机分析

(三) 泉州内衣企业内销情况分析

(四) 全球内衣品牌投放福建情况分析

## 第十章 2008年全球内衣产品品牌市场运行态势分析

### 一、德国黛安芬

(一) 公司基本概况

(二) 竞争优势分析

### 二、日本华歌尔

(一) 公司基本概况

(二) 竞争优势分析

### 三、香港安莉芳

(一) 公司基本概况

(二) 竞争优势分析

### 四、台湾欧迪芬

(一) 公司基本概况

(二) 竞争优势分析

### 五、Laperla Laperla

(一) 公司基本概况

(二) 竞争优势分析

### 六、仙黛尔

(一) 公司基本概况

(二) 竞争优势分析

### 七、Lise Charmel

(一) 公司基本概况

(二) 竞争优势分析

### 八、施康娜

(一) 公司基本概况

(二) 竞争优势分析

## 第十一章 2008年中国内衣品牌企业市场运行态势分析

- 一、古今内衣
- 二、爱慕Aimer
- 三、婷美内衣
- 四、红豆内衣
- 五、猫人内衣
- 六、AB内衣
- 七、三枪内衣
- 八、曼妮芬

## 第十二章 2008年中国保暖内衣品牌企业市场运行态势分析

- 一、纤丝鸟
- 二、南极人
- 三、猫人
- 四、婷美
- 五、红豆
- 六、暖倍儿
- 七、三枪
- 八、北极绒
- 九、恒源祥
- 十、俞兆林

## 第十三章 2008年中国内衣行业市场营销策略分析

### 一、2008年中国内衣企业媒体营销策略分析

- (一) 与媒体建立起良好的关系
- (二) 寻找企业的新闻点
- (三) 培养传播意识
- (四) 媒体营销重在持续

### 二、2008年中国内衣品牌营销五大经营战略方针

- (一) 知己知彼、百战不殆
- (二) 避实就虚、攻击软肋
- (三) 快速强攻、先发制人

(四) 以强攻弱、集中攻击

(五) 抢位营销、量力而行

### 三、2008年中国内衣品牌扩建市场份额策略分析

(一) 广告宣传

(二) 专卖店的形象建设

(三) 事件宣传

(四) 参与服装纺织交易会

### 四、2008年中国内衣品牌扩建广告媒体分析

(一) 内衣媒体综合分析

(二) 电视传播媒体

(三) 杂志

(四) 报纸

(五) Internet

(六) 室内广告牌

(七) 自创媒体

### 五、2008年中国内衣市场销售渠道分析

(一) 传统内衣销售渠道

(二) 内衣市场呼唤新的营销模式

(三) 新兴内衣销售渠道

(四) 内衣专卖将是内衣业发展的必然趋势

### 六、2008年中国内衣连锁专卖营销策略分析

(一) 内衣连锁终端的机会分析

(二) 内衣连锁终端趋势走向分析

(三) 内衣连锁终端格局分析

(四) 内衣连锁终端零售分析

### 七、2008年中国品牌内衣营销策略案例

(一) 婷美中科暖卡营销策略

(二) AB内衣业营销变迁

(三) 红豆内衣营销方式分析

## 第十四章 2008年中国纺织行业发展状况分析

### 一、2008年中国纺织行业发展状况分析

- (一) 全球纺织行业发展状况及趋势分析
- (二) 我国纺织行业竞争优势分析
- (三) 我国纺织业形势分析
- (四) 纺织行业主旋律分析
- (五) “十一五”我国纺织行业发展重点

## 二、2008年中国纺织行业供给情况分析

- (一) 中国棉布产品供给状况分析
- (二) 中国丝织品产品供给态势分析
- (三) 中国混纺交织布产品供给形势分析

## 三、2009-2012年中国纺织行业发展趋势分析

- (一) 国家发改委对纺织行业趋势预测分析
- (二) “十一五”我国产业用纺织品发展前景
- (三) 2009-2012年中国纺织行业发展趋势分析

## 第十五章 2008年中国服装行业发展状态分析

### 一、2008年中国服装商业发展概况分析

- (一) 中国服装商业初具形态
- (二) 我国服装商业发展概况分析

### 二、2008年中国服装行业经济运行分析

- (一) 中国服装行业市场供给状况分析
- (二) 中国服装行业市场需求态势分析
- (三) 中国服装行业进出口市场发展状况分析

### 三、2008年中国服装行业发展存在的问题分析

- (一) 产品质量问题
- (二) 生产过剩问题
- (三) 品牌意识较淡薄
- (四) 没有强有力的产业集群
- (五) 全球化道路尚处于初级阶段

### 四、2009-2012年中国服装行业发展趋势预测分析

## 第十六章 2009-2012年中国内衣市场品牌策略分析

### 一、2009-2012年中国内衣品牌发展策略分析

(一) 内衣品牌规划之品牌战略方针实施

(二) 内衣企业如何提高品牌忠诚度

(三) 内衣品牌全球化运作十条通路

## 二、2009-2012年中国男士内衣品牌突围策略分析

(一) 男士内衣激发男性的爱美之心

(二) 男士内衣创新男士内衣设计

(三) 男士内衣用合适的方式传播

## 三、2009-2012年中国保暖内衣的品牌延伸策略分析

(一) 品牌的功能性，要超越

(二) 行业的切入点，要关联

(三) 延伸的产品线，要互补

## 四、2009-2012年中国内衣品牌发展策略分析

(一) 内衣品牌规划之品牌战略方针实施

(二) 内衣企业如何提高品牌忠诚度

(三) 内衣品牌全球化运作十条通路

## 五、2009-2012年中国二三线内衣品牌迅速突围向前发展策略分析

(一) 二三线品牌依靠事件营销突围

(二) 二三线品牌依靠产品创新突围

(三) 二三线品牌依靠概念创新突围

(四) 二三线品牌依靠消费者延伸突围

(五) 二三线品牌依靠比附高知名度事物突围

## 六、2009-2012年中国高端内衣的新蓝海战略分析

(一) 准确把脉行业现状，清晰定位内衣高端

(二) 革命性的“私衣”概念，天才般的“名门私衣”

(三) 华丽的终端超越

(四) 私衣专家：内衣顾问式营销国内第一人

(五) 市场推广的超越

## 第十七章 2009-2012年中国内衣行业发展及投资分析

### 一、2009-2012年中国内衣行业面料开发趋势分析

(一) 传统的内衣面料

(二) 高科技、功能性和环保型的纺织品成为产品的主流

(三) 多种纤维混纺交织的织物日益普遍

(四) 高级棉织物仍将受到重视

(五) 传统天然纤维向深加工精加工方向发展

## 二、2009-2012年中国内衣行业技术及产品开发趋势分析

(一) 无缝内衣

(二) 更薄更自然更具肌理效果

(三) 光电子纤维内衣

(四) 凉爽纤维内衣

(五) 活动软膜柔珠插片

(六) 全新内衣装饰

## 三、2009-2012年中国内衣市场需求发展趋势分析

(一) 内衣功能化

(二) 内衣环保化

(三) 内衣舒适化

(四) 女性内衣外化

(五) 内衣个性化

## 四、2009-2012年中国内衣目标市场发展趋势分析

(一) 女性内衣市场发展趋势分析

(二) 男性内衣市场发展趋势分析

(三) 儿童内衣市场发展趋势分析

## 五、2009-2012年中国内衣市场流行风格趋势分析

(一) 亲肤材质

(二) 肩带革命

(三) 彩色当道

(四) 轻盈运动

(五) 繁复花卉与极简素面

## 六、2009-2012年中国内衣行业投资分析

(一) 中国内衣行业投资环境分析

(二) 中国内衣行业投资机会分析

(三) 中国内衣行业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/200812/18-9740.html>