

2009年中国内衣行业分析及投资发展预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009年中国内衣行业分析及投资发展预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/3100131001.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

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——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“走在”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：提高出口退税率的商品清单

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/3100131001.html>