

2008-2009年中国内衣行业市场分析及投资趋势预测报告

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《2008-2009年中国内衣行业市场分析及投资趋势预测报告》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/3201932019.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

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，目前内业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，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	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	
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	
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	
46一、全球服装行业发展状况	46（一）世界服装行业发展特点	
46（二）世界服装行业发展规模	58（三）世界服装行业发展存在的问题	
59二、国际服装市场发展动态	59（一）世界服装市场需求状况	
59（二）世界服装市场进出口状况统计	59（三）世界服装生产结构	
60三、2008-2010年世界服装行业发展趋势	61第三章 国际内衣市场运行态势	
62一、全球内衣市场动态	62（一）2008年世界内衣流行	62（二）世界内衣品牌竞争
63（三）产品需求特点	66二、全球主要国家内衣市场动态	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	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	

- 77 (四) 2008年1-8月纺织行业运行情况
- 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
- 89一、2008年我国内衣产业发展动态
- 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”进军内农业
- 91二、2008年我国内衣产业发展存在的问题与对策
- 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
- 102一、2008年我国内衣市场需求
- 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
- 103二、2008年我国塑身内衣市场发展动态
- 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
- 107第七章 我国内衣市场消费者调查
- 113一、内衣目标市场构成
- 113二、内衣消费者购买行为
- 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
- 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
- 121四、内衣的消费心理
- 122 (一) 消费心理
- 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
- 132 (一) 男性购买内衣偏好
- 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
- 142一、2008年我国内衣市场竞争现状
- 142 (一) 我国内农业在竞争中发展
- 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
- 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	147第九章 我国内衣细分市场需求状况
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) 我国保暖内衣业存在的问题
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	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	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
197一、德国黛安芬	197 (一) 企业发展历程
197 (二) 企业发展规划	198二、香港安莉芳
199 (一) 企业发展历程	199 (二) 企业发展规划
202三、台湾欧迪芬	202 (一) 企业发展历程
202 (二) 企业发展规划	203四、日本华歌尔
203 (一) 企业发展历程	203 (二) 企业发展规划
205五、LAPERLA LAPERLA	205 (一) 企业发展历程
205 (二) 企业发展规划	206六、仙黛尔
207 (一) 企业发展历程	207 (二) 企业发展规划
207七、LISE CHARMEL	208 (一) 企业发展历程
208 (二) 企业发展规划	208八、施康娜
208 (一) 企业发展历程	208 (二) 企业发展规划
209第十三章 我国重点内衣品牌企业	210一、爱慕
210 (一) 企业基本概况	210 (二) 企业财务状况
211 (三) 企业发展动态	214二、芬怡
215 (一) 企业基本概况	215 (二) 企业财务状况
216 (三) 企业发展动态	216三、曼妮芬
216 (一) 企业基本概况	216 (二) 企业财务状况
217 (三) 企业发展动态	220四、百利安
222 (一) 企业基本概况	222 (二) 企业财务状况
223 (三) 企业发展动态	226五、AB公司
227 (一) 企业基本概况	

227 (二) 企业财务状况	228 (三) 企业发展动态	231六、婷美	232 (一) 企业基本概况
232 (二) 企业财务状况	233 (三) 企业发展动态	236七、三枪	239 (一) 企业基本概况
239 (二) 企业财务状况	240 (三) 企业发展动态	243八、北极绒	244 (一) 企业基本概况
244 (二) 企业财务状况	245 (三) 企业发展动态	246九、南极人	247 (一) 企业基本概况
247 (二) 企业发展动态	248第十四章	2008-2010年我国内衣行业发展及投资	
250一、2008-2010年我国内衣行业发展潜力与趋势		250 (一) 我国内农业市场潜力	
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		
262 (一) 我国内衣行业投资环境	262 (二) 我国内衣行业投资机会		
263 (三) 我国内衣行业投资风险	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	211图表
52 : 2007年广东曼妮芬服装有限公司经营状况	217图表
53 : 2007年汕头市百利安内衣有限公司经营状况	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	228图表
56 : 2007年婷美集团保健科技有限公司经营状况	233图表
57 : 2007年上海三枪制衣厂有限公司经营状况	240

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/3201932019.html>