

2020年中国内衣行业分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

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《2020年中国内衣行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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/472376472376.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

人体的贴身衣物被称为内衣，广义上可分为家居服、传统内衣、男士内衣和女士内衣四类，狭义上内衣则通指文胸、内裤和塑身衣等贴身衣物。我国内衣行业消费特点和时代发展相符，2000年开始市场更为细分化，产品选择性更丰富。

内衣行业的主要分类

分类

具体种类

家居服

睡衣、家居服等

传统内衣

秋衣秋裤、保暖内衣

男士内衣

背心、内裤

女士内衣

基础内衣、功能内衣资料来源：公开资料整理

中国内衣产业发展阶段及特征

发展阶段

70年代

80年代

90年代

2000-2010年

2011年至今

社会背景

文化大革命”黑暗时代”

改革开放，女性美逐渐被社会接受，中国女性求美心理复苏。

市场经济时代，国外品牌进驻

产品供大于求，花色、品种非常之多，大家选择也眼花撩乱。只有进行大力推销，才能进行渠道销售。

十二五期间，物价上涨，服饰消费需求升级。

内衣购买特征

1、突出胸部曲线被社会视为丑行与资产阶级意识，处处受鄙视。 2、用束胸布紧裹约束乳房生长。 3、到商店里买乳罩，小心翼翼生怕别人发现。

1、偏好丝质背心式内衣和花边乳罩。 2、健美热潮的持续，消费者开始热衷于购买能体现乳房和身体轮廓的内衣。 3、到了80年代中期，女性要求一种较柔软的风格，紧身衣恢复了生

机。

1、内衣外穿的风格开始出现2、消费者开始关注健康元素

1、真丝、纯棉等面料大热，内衣等产品开始返璞归真。2、消费者青睐天然纤维制成的内衣，因具有透气、散热、不产生静电的优良性能，贴在皮肤上舒适而滋润。

1、诉求多元化，功能、款式等方面各有拥趸。2、注重品牌，认同品牌。3、对内衣的消费不仅满足于基本功能，更多的人开始追求时尚，塑形等各个方面。

核心需求

简单舒服、实用

身体体型的塑造

随着内衣面料的不断更新，中国女性越来越追求新技术产品，单纯棉制品已不再成为人们的需求。既紧贴体型，又毫无束缚，舒展自如，舒服塑造体型美。

追求舒适度、款式

从数量消费转向品牌消费

产品特点

棉布制品，做工粗糙。样式模仿苏联的布拉吉，样式呆板，主要起护胸的作用，远远谈不上装饰与美化，但流行了30年之久。

设计更加大胆、暴露

1、品类丰富：生理卫生类、调整体型类、运动休闲类。 2、面料升级：从纯棉到微纤维到超弹性纤维。 3、功能全面：除了产品外观还追求。 4、色彩丰富：除了白红黑，出现蓝黄灰绿橙琥珀酒红等鲜艳色彩。 5、性感概念出现：薄、透、露、瘦。

1、无胸罩风貌（不穿胸罩）2、造型的功能文胸仍然流行3、内衣外穿（低罩杯文胸、透明肩带文胸）4、保暖内衣品类崛起

混搭、个性、原创

品牌发展

无品牌

女士内衣消费大增长，内衣的设计得到恢复及光大。

制造商品牌：开始建立生产与零售相结合的自有品牌

产品品牌：市场细分区域品牌崛起

零售商品牌：大众时尚普及化

主要渠道模式

大商场三五尺宽的内衣销售柜台，品种单调。

供销社、百货

散批商直接从厂家进货，在服装城等专业批发市场售卖

批发、代理、特许加盟专卖、网络直销

商场百货、连锁专卖电子商务

代表品牌/企业

无

三枪内衣

爱慕、黛安芬、欧迪芬

保暖内衣：俞兆林、南极人、北极绒

街铺品牌：都市丽人 商场品牌：爱慕 资料来源：公开资料整理

我国内衣消费支出逐渐增多，增速也明显加快，但人均消费金额仍低于部分发达国家。预计2019年我国人均内衣消费支出为57.5美元，与消费最高的英国尚差约43美元。

2019年全球部分国家人均内衣消费支出预估值

数据来源：中国电子商务协会

2011-2018年我国广义内衣市场规模稳定增长，其中，2015年的增速最高达24%。2018年我国内衣市场规模达4080.4亿元，同比增长7%。

2011-2018年中国内衣市场规模情况

数据来源：中国服装行业协会

随着女性消费观念的转变及经济能力的提升，虽然我国女性内衣行业发展时间不过30余年，但较其他国家而言，正处于较快的成长阶段。随着女性内衣需求数量的扩大以及消费品质的提升，我国女性内衣市场规模在2011-2018年总体保持稳定增长态势，2018年市场规模达2434.2亿元，同比增长6.9%。

2011-2018年我国女性内衣市场规模走势

数据来源：中国服装行业协会

男性内衣的市场规模虽然不如女性，但是仍具有较大的开发潜力，一些女性内衣品牌也开始涉足男性内衣市场。我国男性内衣市场在2015年突破一千亿元，2018年市场规模为1646.2亿元，同比增长8.4%。

2009-2018年我国男性内衣市场规模

数据来源：中国服装行业协会

目前，我国内衣市场约六成的份额被中档、中档偏低档的内衣品牌占据，其中，较为知名的国产品牌有红豆、婷美、茵曼等。一些内衣品牌借助互联网推广，大大提高商品覆盖率。2018年茵曼内衣线上复购率达45%，内外品牌的复购率超过了40%，For Dear Me覆盖率更是高达75%。

2018年内衣电商品牌线上复购率（%）

数据来源：中国服装行业协会（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国内衣行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国内衣行业发展概述

第一节 内衣行业发展情况概述

- 一、内衣行业相关定义
- 二、内衣行业基本情况介绍
- 三、内衣行业发展特点分析

第二节 中国内衣行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、内衣行业产业链条分析
- 三、中国内衣行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国内衣行业生命周期分析

- 一、内衣行业生命周期理论概述
- 二、内衣行业所属的生命周期分析

第四节 内衣行业经济指标分析

- 一、内衣行业的赢利性分析
- 二、内衣行业的经济周期分析
- 三、内衣行业附加值的提升空间分析

第五节 中国内衣行业进入壁垒分析

- 一、内衣行业资金壁垒分析
- 二、内衣行业技术壁垒分析
- 三、内衣行业人才壁垒分析
- 四、内衣行业品牌壁垒分析
- 五、内衣行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球内衣行业市场发展现状分析

第一节 全球内衣行业发展历程回顾

第二节 全球内衣行业市场区域分布情况

第三节 亚洲内衣行业地区市场分析

- 一、亚洲内衣行业市场现状分析
- 二、亚洲内衣行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲内衣行业市场前景分析

第四节 北美内衣行业地区市场分析

- 一、北美内衣行业市场现状分析
- 二、北美内衣行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美内衣行业市场前景分析

第五节 欧盟内衣行业地区市场分析

- 一、欧盟内衣行业市场现状分析
- 二、欧盟内衣行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟内衣行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界内衣行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球内衣行业市场规模预测

第三章 中国内衣产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品内衣总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国内衣行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国内衣产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国内衣行业运行情况

第一节 中国内衣行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国内衣行业市场规模分析

第三节 中国内衣行业供应情况分析

第四节 中国内衣行业需求情况分析

第五节 中国内衣行业供需平衡分析

第六节 中国内衣行业发展趋势分析

第五章 中国内衣所属行业运行数据监测

第一节 中国内衣所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国内衣所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国内衣所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国内衣市场格局分析

第一节 中国内衣行业竞争现状分析

一、中国内衣行业竞争情况分析

二、中国内衣行业主要品牌分析

第二节 中国内衣行业集中度分析

一、中国内衣行业市场集中度分析

二、中国内衣行业企业集中度分析

第三节 中国内衣行业存在的问题

第四节 中国内衣行业解决问题的策略分析

第五节 中国内衣行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国内衣行业需求特点与动态分析

第一节 中国内衣行业消费市场动态情况

第二节 中国内衣行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 内衣行业成本分析

第四节 内衣行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国内衣行业价格现状分析

第六节 中国内衣行业平均价格走势预测

一、中国内衣行业价格影响因素

二、中国内衣行业平均价格走势预测

三、中国内衣行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国内衣行业区域市场现状分析

第一节 中国内衣行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区内衣市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区内衣市场规模分析

四、华东地区内衣市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区内衣市场规模分析

四、华中地区内衣市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区内衣市场规模分析

四、华南地区内衣市场规模预测

第九章 2017-2020年中国内衣行业竞争情况

第一节 中国内衣行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国内衣行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国内衣行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 内衣行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国内衣行业发展前景分析与预测

第一节 中国内衣行业未来发展前景分析

一、内衣行业国内投资环境分析

二、中国内衣行业市场机会分析

三、中国内衣行业投资增速预测

第二节 中国内衣行业未来发展趋势预测

第三节 中国内衣行业市场发展预测

一、中国内衣行业市场规模预测

二、中国内衣行业市场规模增速预测

三、中国内衣行业产值规模预测

四、中国内衣行业产值增速预测

五、中国内衣行业供需情况预测

第四节 中国内衣行业盈利走势预测

一、中国内衣行业毛利润同比增速预测

二、中国内衣行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国内衣行业投资风险与营销分析

第一节 内衣行业投资风险分析

- 一、内衣行业政策风险分析
- 二、内衣行业技术风险分析
- 三、内衣行业竞争风险分析
- 四、内衣行业其他风险分析

第二节 内衣行业企业经营发展分析及建议

- 一、内衣行业经营模式
- 二、内衣行业销售模式
- 三、内衣行业创新方向

第三节 内衣行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国内衣行业发展战略及规划建议

第一节 中国内衣行业品牌战略分析

- 一、内衣企业品牌的重要性
- 二、内衣企业实施品牌战略的意义
- 三、内衣企业品牌的现状分析
- 四、内衣企业的品牌战略
- 五、内衣品牌战略管理的策略

第二节 中国内衣行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国内衣行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国内衣行业发展策略及投资建议

第一节 中国内衣行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国内衣行业定价策略分析

第三节 中国内衣行业营销渠道策略

一、内衣行业渠道选择策略

二、内衣行业营销策略

第四节 中国内衣行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国内衣行业重点投资区域分析

二、中国内衣行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/472376472376.html>