

2009-2010年中国内衣产业深度调研及投资盈利分析

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《2009-2010年中国内衣产业深度调研及投资盈利分析》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/fangzhi/2810828108.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7500

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

2009-2010年中国内衣产业深度调研及投资盈利分析	1	第一章 内衣产业基础及投资特性	
1第一节 内衣产业基础分析	1	1一、研究范围界定	1
		1二、产业发展历程	3
2第二节 产业投资特性分析	4	4一 内衣产业特征分析	4
		4二 行业生命周期分析	5
		5三 行业盈利能力分析	6
6四 行业进入退出壁垒分析	7	7第二章 中国内衣市场现状研究分析	8
8第一节 2007-2008年中国内衣市场	8	8一 2002-2008年内衣市场规模	8
		8二 2007年内衣产品竞争格局	9
9三 内衣产业区域格局分布	11	11四 国内重点内衣企业盈利能力	12
12第二节 2007年内衣市场运行特点	13	13一 外销企业转型做内销	13
		13二 内衣连锁迷茫中前进	13
		13三 资本市场运作初露端倪	13
		13四 大的代理商上游进军	14
		14五 国际品牌继续探路	14
		14六 其他行业企业向内衣进军	14
		14七 家居服呈现井喷式增长	14
14第三节 行业问题及发展建议	15	15一 中国内衣业存在的问题	15
		15二 中国内衣企业发展建议	16
16第三章 2007年内衣细分市场分析	18	18第一节 针织内衣市场分析	18
		18一 针织内衣市场现状	18
		18二 针织内衣市场消费	19
		19三 领先品牌竞争分析	19
19第二节 女式内衣	21	21一 女式内衣市场现状	21
		21二 女式内衣市场消费	22
22三 领先品牌竞争分析	24	24第三节 男士内衣	26
		26一 男士内衣市场现状	26
		26二 男士内衣市场消费	27
27三 领先品牌竞争分析	28	28第四章 2007年家居服市场分析	28
28第一节 家居服市场	28	28一 家居服定义	28
		28二 家居服产业概括	29
29第二节 2007年家居服行业调研	29	29一 2007年企业结构分析	30
		30二 2007年销售渠道分析	31
31第三节 家居服市场容量分析	32	32一 2010年市场容量分析(乐观估计)	32
		32二 2010年市场容量分析(悲观估计)	34
34三 2010年市场规模(企业模型分析)	36	36第五章 内衣细分市场企业竞争及盈利	39
39第一节 针织内衣企业	39	39一 2007年企业竞争分析	39
		39二 2007年企业盈利分析	39
39第二节 文胸企业分析	40	40一 2007年企业竞争分析	40
		40二 2007年企业盈利分析	40
40第三节 内裤企业分析	42	42一 2007年企业竞争分析	42
		42二 2007年企业盈利分析	42
42第四节 睡衣企业分析	43	43一 2007年企业竞争分析	43
		43二 2007年企业盈利分析	43
43第六章 2008中国内衣进出口分析	44	44第一节 2008年内衣进口分析	44
		44一 2002-2008年内衣总体进口情况	44
		44二 2002-2008年内衣进口产品分类	46
		46三 2002-2008年内衣进口来源国分析	51
51第二节 2008年内衣出口分析	56	56一 2002-2008年内衣总体出口情况	56
		56二 2002-2008年内衣出口产品分类	58
		58三 2002-2008年内衣出口走向国分析	64
64第七章 2007年内衣销售渠道分析	69	69第一节 中国内衣销售渠道分析	69
		69一 中国内衣经销模式	69
		69二 中国内衣零售业态	70
70第二节 国外内衣销售渠道分析	71	71一 中外内衣销售基本方式的对比	71
		71二 外资品牌进入中国方式	72
72第三节 2007中美内衣零售比较	73	73一 2007年销售整体状况	73
		73二 2007年渠道特点分析	75
75三 中美内衣材质偏好	76	76四 中美市场特性分析	76
76第四节 内衣销售渠道发展趋势分析	77	77一 未来内衣销售渠道特征	77
		77二 内衣营销渠道呈现的趋势	77
77第八章 中国内衣重点区域基地分析	78	78第一节 中国内衣产业集群分析	78
		78一	

广东汕头潮阳（优劣势，主要品牌，特色）	78二
广东南海盐步（优劣势，主要品牌，特色）	79三
广东深圳公明（优劣势，主要品牌，特色）	80四
广东中山小榄（优劣势，主要品牌，特色）	80五
福建晋江（优劣势，主要品牌，特色）	81六
浙江义乌（优劣势，主要品牌，特色）	82七
浙江温州（优劣势，主要品牌，特色）	83八
上海（优劣势，主要品牌，特色）	84九
江苏（优劣势，主要品牌，特色）	85十
山东（优劣势，主要品牌，特色）	86十一
北京（优劣势，主要品牌，特色）	86
第二节 重点基地-南海盐步	87一
盐步内衣业概况	87二
盐步内衣业五大优势	87三
盐步内衣品牌与国际品牌之比较	88四
行业领先品牌竞争力分析	90
第三节 重点基地-浙江义乌	90一
内衣产业概括	90二
产业结构分析	91三
品牌格局分析	91四
行业领先品牌竞争力分析	92
第四节 重点基地-温州内衣	93一
温州市内衣业概况	93二
重点企业竞争力	93
第五节 重点基地-深圳公明	93一
产业总体概括	93二
企业竞争力分析	94
第九章 2007年内衣品牌企业竞争力	94
第一节 德国黛安芬	94一
黛安芬概括	94二
黛安芬在中国	95三
黛安芬中国投资企业	95
第二节 台湾欧迪芬	97一
欧迪芬概况	97二
欧迪芬发展分析	98三
欧迪芬中国投资企业	98
第三节 日本华歌尔	99一
华歌尔概括	99二
华歌尔在中国	99三
中国投资企业分析	100
第四节 上海三枪	102一
企业概括	102二
产品线分析	102三
企业运行情况分析	103
第五节 江苏AB	104一
企业概括	104二
产品系列	104三
企业运行情况分析	104
第六节 北京爱慕	105一
企业概况	105二
企业运行分析	106
第七节 北京婷美	107一
企业概括	107二
企业运行分析	107
第八节 武汉猫人	108一
企业概况	108二
企业运行分析	109
重要声明	110
图表 1 针织和钩编类内衣产品细分一览表	12
图表 3 中国内衣市场生命周期分析图	5
图表 4 2007年主要内衣生产企业赢利性分析	6
图表 5 2002-2008年中国内衣市场规模变化及预测	8
单位：亿元	8
图表 6 内衣行业区域分布图	12
图表 7 2007年中国主要内衣企业经营情况一览表	12
单位：千元	12
图表 8 2005年度中国针织内衣十强品牌	19
图表 9 2007年度中国针织服装（内衣）销售十强	20
图表 10 女性内衣品牌07年1月市场销售比例图	24
图表 11 2007年度中国针织服装（文胸）销售十强	26
图表 12 男士内衣产品规格划分及目标消费者	27
图表 13 2003-2010年中国家居服市场容量乐观分析一览表	34
单位：亿元	34
图表 14 2003-2010年中国家居服市场容量乐观分析变化趋势图	34
单位：亿元	34
图表 15 2005年中国家居服市场容量预测一览	35
图表 16 2003-2010年中国家居服市场容量悲观分析一览表	35
单位：亿元	35
图表 17 2003-2010年中国家居服市场容量悲观分析变化趋势图	36
单位：亿元	36
图表 18 2004-2005年家居服重点企业销售收入及利润一览表	37
单位：千元	37
图表 19 2004-2005年中国家居服市场规模预测一览表	37
单位：千元	37
图表 20 2005年不同比重家居服市场规模预测图	37
单位：千元	37
图表 21 2007年针织内衣相关企业盈利能力一览表	39
图表 22 2008年1-6月内衣进口规模一览表	39

单位：件 / 千克，美元 44	图表 23	2001 - 2007年中国内衣总体进口情况一览表	单位：件 / 千克，美元 44
单位：件 / 千克，美元 44	图表 24	2001 - 2007年中国内衣进口数量变化图	单位：件 / 千克 45
2001 - 2007年中国内衣进口金额变化图	单位：美元	45	图表 26
2002年中国内衣产品进口结构一览表	单位：单位：件 / 千克，美元	46	图表 27
2002年中国内衣产品进口金额结构比例图	46	图表 28	2003年中国内衣产品进口结构一览表
单位：单位：件 / 千克，美元 46	图表 29	2003年中国内衣产品进口金额结构比例图	47
30	2004年中国内衣产品进口结构一览表	单位：单位：件 / 千克，美元	47
2004年中国内衣产品进口金额结构比例图	48	图表 32	2005年中国内衣产品进口结构一览表
单位：单位：件 / 千克，美元 48	图表 33	2005年中国内衣产品进口金额结构比例图	48
34	2006年中国内衣产品进口结构一览表	单位：单位：件 / 千克，美元	49
2006年中国内衣产品进口金额结构比例图	49	图表 36	2007年中国内衣产品进口结构一览表
单位：单位：件 / 千克，美元 50	图表 37	2007年中国内衣产品进口金额结构比例图	50
38	2002年中国内衣进口来源地区及国家一览表	单位：件 / 千克，美元	51
2003年中国内衣进口来源地区及国家一览表	52	图表	40
2004年中国内衣进口来源地区及国家一览表	53	图表	41
2005年中国内衣进口来源地区及国家一览表	54	图表	42
2006年中国内衣进口来源地区及国家一览表	54	图表	43
2007年中国内衣进口来源地区一览表	55	图表 44	2008年1-6月内衣出口规模一览表
单位：件 / 千克，美元 56	图表 45	2001 - 2007年中国内衣总体出口情况一览表	单位：件 / 千克，美元 56
单位：件 / 千克 56	图表 46	2001 - 2007年中国内衣出口数量变化图	单位：件 / 千克 56
2001 - 2007年中国内衣出口金额变化图	单位：美元	57	图表 48
2002年中国内衣产品出口结构一览表	单位：单位：件 / 千克，美元	58	图表 49
2002年中国内衣产品出口金额结构比例图	58	图表 50	2003年中国内衣产品出口结构一览表
单位：单位：件 / 千克，美元 59	图表 51	2003年中国内衣产品出口金额结构比例图	59
52	2004年中国内衣产品出口结构一览表	单位：单位：件 / 千克，美元	60
2004年中国内衣产品出口金额结构比例图	60	图表 54	2005年中国内衣产品出口结构一览表
单位：单位：件 / 千克，美元 61	图表 55	2005年中国内衣产品出口金额结构比例图	61
56	2006年中国内衣产品出口结构一览表	单位：单位：件 / 千克，美元	62
2006年中国内衣产品出口金额结构比例图	62	图表 58	2007年中国内衣产品出口结构一览表
单位：单位：件 / 千克，美元 63	图表 59	2007年中国内衣产品出口金额结构比例图	63
60	2002年中国内衣出口地区及国家一览表	单位：件 / 千克，美元	64
2003年中国内衣出口地区及国家一览表	单位：件 / 千克，美元	65	图表 62
2004年中国内衣出口地区及国家一览表	单位：件 / 千克，美元	66	图表 63
2005年中国内衣出口地区及国家一览表	单位：件 / 千克，美元	67	图表 64
2006年中国内衣出口地区及国家一览表	单位：件 / 千克，美元	67	图表 65

2007年中国内衣出口地区及国家一览表	单位：件 / 千克， 美元	68图表	66
五种主要经销模式目前所占市场份额估计比例图		69图表	67
女性内衣五种主要零售业态的现状和地位		70图表	68
2007年中国南海盐步重点内衣企业竞争力一览表	单位:千元	90图表	69
义乌内衣品牌一览表			
91图表	70	2007年中国浙江义乌重点内衣企业竞争力一览表	单位:千元
92图表	71		
2007年中国温州重点内衣企业竞争力一览表	单位:千元	93图表	72
2007年中国深圳公明重点内衣企业竞争力一览表	单位:千元	94图表	73
2007年盐城国际妇女时装有限公司运行情况	单位：千元	95图表	74
2007年海南优美内衣有限公司运行情况	单位：千元	96图表	75
2007年上海欧迪芬内衣精品有限公司运行情况	单位：千元	98图表	76
2007年华歌尔（中国）时装有限公司运行情况	单位：千元	100图表	77
2007年广东华歌尔时装有限公司运行情况	单位：千元	101图表	78
上海三枪集团产品系列一览表	102图表	79	2007年上海三枪制衣厂有限公司运行情况
单位：千元	103图表	80	2007年江苏AB集团有限责任公司运行情况
单位：千元	104图表	81	
2007年北京爱慕内衣有限公司运行情况	单位：千元	106图表	82
2007年婷美集团保健科技有限公司运行情况	单位：千元	107图表	83
2007年武汉猫人服饰有限公司运行情况	单位：千元	109	

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2810828108.html>