

# 2007-2008年中国内衣市场跟踪调研分析报告

## 报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2007-2008年中国内衣市场跟踪调研分析报告》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/fangzhi/2823128231.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 7000

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

报告简介报告精练，层次分明，省去一般报告的繁琐和大量二手资料，着重分析了2006 - 2007年中国内衣市场发展现状，运行态势，投资动态，竞争主体等决策者最为关心的问题。

报告亮点：鉴于家居服市场的飞速增长，报告专列出一章分析了家居服的历史，市场规模，产品结构，为产业投资者做参考。

第一章 内衣产业基础及投资特性分析	1	第一节
内衣产业基础分析	1	一 行业界定及主要产品
	1	二 行业发展历程
	3	第二节
内衣行业投资特性分析	3	一 内衣行业特征分析
	3	二 行业生命周期分析
	4	三
行业盈利能力分析	5	四 行业进入退出壁垒分析
	5	第二章
2006 - 2007年中国内衣市场现状分析	6	第一节
	6	一 2006年中国内衣市场分析
	6	一
2002-2006年中国内衣市场规模	6	二、中国内衣市场产品竞争格局
	7	三、中国内衣产业区域格局分布
	8	四、中国内衣重点企业盈利能力
	9	第二节
2007年中国内衣市场动态分析	10	一 保暖内衣：经营转型
	10	二
常规内衣：规模化、差异化取胜	11	三 无缝内衣：洗牌将继续
	11	四 家居服：战略调整
	12	五
文胸：中低端市场竞争激烈	12	六 塑身内衣：迎来新高潮
	13	第三节
内衣行业存在的问题及发展建议	13	一、中国内衣业存在的问题
	13	二、中国内衣企业发展建议
	14	第三章 2006 - 2007年内衣细分市场分析
	15	第一节
针织内衣市场分析	15	一、针织内衣市场现状
	15	二 针织内衣市场消费
	15	三、领先品牌竞争分析
	16	第二节 女式内衣
	18	一 女式内衣市场现状
	18	二
女式内衣市场消费	19	三 领先品牌竞争分析
	20	第三节 男士内衣
	22	一 男士内衣市场现状
	22	二 男士内衣市场消费
	22	三 领先品牌竞争分析
	23	第四章 热点产品 - 家居服市场分析
	24	第一节 家居服概括
	24	一 家居服定义
	24	二 家居服产业概括
	24	第二节
2003-2006年家居服市场容量分析	24	一 2003-2006年家居服市场容量分析(乐观估计)
	25	二
2003-2006年家居服市场容量分析(悲观估计)	26	三
2003-2006年家居服市场规模(企业模型分析)	27	第五章 中国内衣消费者特征分析
	29	第一节
内衣消费群体构成分析	29	第二节 内衣消费购买行为分析
	30	一 影响消费者购买行为的因素
	30	二 内衣购买场所分析
	31	三 内业消费风格分析
	32	四 购买内衣偏好分析
	33	第三节
内衣的消费心理	36	一 消费心理分析
	36	二 中年女性消费分析
	37	三 青年女性消费分析
	39	四
不同收入的消费者分析	40	第六章 内衣销售渠道分析
	41	第一节 中国内衣销售渠道分析
	41	一 中国内衣经销模式
	41	二 中国内衣零售业态
	42	第二节 国外内衣销售渠道分析
	43	一、中外内衣销售基本方式的对比
	43	二、外资品牌进入中国方式
	44	第三节
内衣销售渠道发展趋势分析	44	一 未来内衣销售渠道特征
	44	二 内衣营销渠道呈现的趋势
	45	第七章 中国内衣重点区域基地分析
	45	第一节 南海盐步
	45	一 盐步内业概况
	45	二
盐步内业五大优势	45	三 盐步内衣品牌与国际品牌之比较
	46	四 行业领先品牌竞争力分析
	47	第二节 浙江义乌
	48	一 内衣产业概括
	48	二 产业结构分析
	48	三 品牌格局分析
	48	四

行业领先品牌竞争力分析	50	第三节 温州内衣	50	一 温州内业概况	50	二 重点企业竞争力	
50	第四节 深圳公明	51	一 产业总体概括	51	二 企业竞争力分析	51	第八章
重点内衣品牌企业竞争力分析	51	第一节 德国黛安芬	51	一 黛安芬概括	51	二 黛安芬在中国	
52	三 黛安芬中国投资企业	52	第二节 台湾欧迪芬	53	一、欧迪芬概况	53	二、欧迪芬发展分析
53	三 欧迪芬中国投资企业	54	第三节 日本华歌尔	54	一 华歌尔概括	54	二 华歌尔在中国
54	三 中国投资企业分析	55	第四节 上海三枪	56	一 企业概括	56	二 产品线分析
56	三 企业运行情况分析	56	第五节 江苏AB	57	一 企业概括	57	二 产品系列
57	第六节 北京爱慕	58	一 企业概况	58	二 企业运行分析	58	第七节 北京婷美
59	二 企业运行分析	59	第八节 武汉猫人	60	一 企业概况	60	二 企业运行分析
60	第九章 未来中国内衣市场发展趋势	61	第一节 内衣市场发展趋势分析	61	一 细分市场的竞争将会有突出表现	61	二 概念化及个性化品牌将迅速崛起
61	三 品牌营销大有潜力	61	四 男性内衣---内衣市场的新亮点	62	五 功能性内衣将成为一大发展趋势	62	第二节 内衣消费发展趋势分析
63	一 内衣舒适化	63	二 内衣功能化	63	三 女性内衣外化	63	四 内衣个性化
63	第三节 内衣材料开发趋势分析	64	一、高科技、功能性和环保型的纺织品成为产品的主流	64	二、多种纤维混纺交织的织物日益普遍	64	三、高级棉织物仍将受到重视
64	第四节 内衣技术及产品开发趋势	64	一 无缝内衣	65	二 更薄更自然更具肌理效果	65	三 光电子纤维内衣
65	四 凉爽纤维内衣	66	五 活动软膜柔珠插片	66	六 全新内衣装饰	66	第五节 内衣细分市场发展趋势
66	第十章 未来中国内衣市场投资机会分析	67	第一节 未来内衣发展影响因素分析	67	一 人民消费水平预测分析	67	二 未来服装产业发展分析
69	第二节 内衣产业投资动态分析	70	一 “鄂尔多斯”进军内衣市场	70	二 振汉袜业向全国代理商宣布将进军内衣市场	70	三 妃芬服饰进军内衣市场
71	四 纤丝鸟进军四季内衣市场	71	五 “美宝莲”进军内业	71	第三节 内衣产业投资机遇及风险分析	71	图表 1 针织和钩编类内衣产品细分一览表
1	图表 2 非针织和非钩编类内衣产品细分一览表	2	图表 3 中国内衣市场生命周期分析图	4	图表 4 2005年主要内衣生产企业赢利性分析	5	图表 5 2002-2006年中国内衣市场规模变化及预测
单位：亿元	6	图表 6 内衣行业区域分布图	9	图表 7 2005年中国主要内衣企业经营情况一览表	单位：千元	9	图表 8 2005年度中国针织内衣十强品牌
16	图表 9 2004年针织内衣品牌市场综合占有率一览表	17	图表 10 2004年针织内衣品牌市场综合占有率对比图	18	图表 11 女性内衣品牌07年1月市场销售比例图	20	图表 12 男士内衣产品规格划分及目标消费者
22	图表 13 2003-2010年中国家居服市场容量乐观分析一览表	单位:亿元	26	图表 14 2003-2010年中国家居服市场容量乐观分析变化趋势图	单位:亿元	26	图表 15 2005年中国家居服市场容量预测一览
27	图表 16 2003-2010年中国家居服市场容量悲观分析一览表	单位:亿元	27	图表 17			

2003-2010年中国家居服市场容量悲观分析变化趋势图	单位:亿元	27图表	18
2004-2005年家居服重点企业销售收入及利润一览表	单位:千元	28图表	19
2004-2005年中国家居服市场规模预测一览表	单位:千元	28图表	20
2005年不同比重家居服市场规模预测图	单位:千元	28图表	21
2005年中国按年龄和性别分人口数一览表		29图表	22
消费者购买内衣主要考虑的因素(%)	30图表	23	消费者内衣购买场所 (单位:%)
31图表	24	整体着装风格变化情况 (单位:%)	32图表
25			
现代女性购买内衣时的考虑因素对比图	33图表	26	女性购买内衣注重的功能
34图表			34图表
27			
现代女性对内衣的消费理念	35图表	28	古今内衣消费者的品牌搭配
36图表			36图表
29			
三类女性群体的特征和对内衣的态度		41图表	30
五种主要经销模式目前所占市场份额估计比例图		42图表	31
女性内衣五种主要零售业态的现状和地位		42图表	32
2005年中国南海盐步重点内衣企业竞争力一览表	单位:千元	47图表	33
义乌内衣品牌一览表		48图表	34
2005年中国浙江义乌重点内衣企业竞争力一览表	单位:千元	50图表	35
2005年中国温州重点内衣企业竞争力一览表	单位:千元	50图表	36
2005年中国深圳公明重点内衣企业竞争力一览表	单位:千元	51图表	37
2003 - 2005年盐城国际妇女时装有限公司运行情况	单位:千元	52图表	38
2003 - 2005年海南优美内衣有限公司运行情况	单位:千元	53图表	39
2003 - 2005年上海欧迪芬内衣精品有限公司运行情况	单位:千元	54图表	40
2003 - 2005年华歌尔(中国)时装有限公司运行情况	单位:千元	55图表	41
2003 - 2005年广东华歌尔时装有限公司运行情况	单位:千元	55图表	42
上海三枪集团产品系列一览表	56图表	43	2003 - 2005年上海三枪制衣厂有限公司运行情况
单位:千元	57图表	44	2003 - 2005年江苏AB集团有限责任公司运行情况
单位:千元	57图表	45	2003 - 2005年北京爱慕内衣有限公司运行情况
单位:千元	58图表	46	2003 - 2005年婷美集团保健科技有限公司运行情况
单位:千元	59图表	47	2003 - 2005年武汉猫人服饰有限公司运行情况
单位:千元	60图表	48	1978 - 2005年中国城乡人均可支配收入对比图
67图表	49	城乡居民恩格尔系数变化趋势图	68图表
50		1990-2005年城镇居民家庭基本情况支出构成一览表	单位:%
68图表	51	1990-2005年农村居民家庭平均每人生活消费支出构成一览表	单位:%
68			

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2823128231.html>