



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国内衣市场发展 现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国内衣市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/278299.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

广义而言，内衣一般指紧贴肌肤或于其他衣服以下的贴身服饰，包括小内衣（文胸、内裤），大内衣（睡衣、家居服以及保暖服），内衣专卖店也会延伸至打底裤、袜子等品类。我们在此更多的是以小内衣为主要研究对象。一方面内衣具有贴身性，私密性，情感因素是内衣的一大特质；同时，面料和工艺的革新，内衣的技术进步明显，产品自身的功能、舒适等特征也很明显。

从2009年到2014年，全球贴身内衣行业零售额从2382亿美元增至3269亿美元，年复合增速为6.5%。2013年中国的内衣市场规模为1944亿元，2009-2013年的复合增速为14.40%，预计到2018年将达到4553亿元，2014-2018年的复合增速将达到18.6%。同时，中国内衣市场规模已经超过1700亿元，分性别来看，目前内衣市场中女性产品占据主导，2014年市场规模达1200多亿，2009~2014年CAGR达13%；男性内衣规模500多亿。2009-2014年中国国内女性内衣市场规模及增速

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。

报告目录：

第1章：中国内衣行业发展综述

1.1 行业研究方法与统计标准

1.1.1 行业主要研究方法概述

1.1.2 行业数据来源与统计标准

（1）行业统计数据来源

（2）行业数据统计标准

（3）行业统计数据种类

1.2 中国内衣行业定义及分类

1.2.1 行业概念及定义

1.2.2 行业主要产品大类

1.3 内衣行业产业链分析

- 1.3.1 中国内衣行业产业链简介
- 1.3.2 行业上游发展状况
 - (1) 我国织布行业产销分析
 - (2) 织布行业原材料价格走势
 - 1) 棉花价格走势分析
 - 2) 化学纤维价格走势
 - 3) 茧丝价格走势分析
- 1.3.3 织布行业对内衣行业的影响

第2章：中国内衣行业发展环境分析

- 2.1 中国内衣行业政策环境分析
 - 2.1.1 行业相关监管政策分析
 - 2.1.2 行业最新政策动向分析
 - 2.1.3 行业发展规划政策分析
 - 2.2 中国内衣行业经济环境分析
 - 2.2.1 国际宏观经济环境分析
 - 2.2.2 国内宏观经济环境分析
 - 2.3 中国内衣行业贸易环境分析
 - 2.3.1 行业外贸环境发展分析
 - 2.3.2 行业贸易环境发展趋势
 - 2.4 中国内衣行业社会环境分析
 - 2.4.1 居民收入与消费水平
 - (1) 居民收入水平分析
 - (2) 居民消费水平分析
 - (3) 居民消费心理分析
 - 2.4.2 内衣行业消费分析
 - (1) 内衣行业消费人群分析
 - (2) 内衣行业消费特点分析
 - (3) 内衣行业消费趋势分析
- 1) 行业篇

第3章：中国内衣行业发展状况分析

3.1 中国内衣行业发展状况分析

3.1.1 中国内衣行业生命周期

3.1.2 中国内衣行业发展主要特点

3.1.3 中国内衣行业经营情况分析

(1) 行业经营效益分析

(2) 行业盈利能力分析

(3) 行业运营能力分析

(4) 行业偿债能力分析

(5) 行业发展能力分析

3.2 中国内衣行业经济指标分析

3.2.1 经济效益影响因素分析

3.2.2 行业主要经济指标分析

3.2.3 不同规模企业经济指标分析

(1) 大型内衣企业经济指标分析

(2) 中型内衣企业经济指标分析

(3) 小型内衣企业经济指标分析

(4) 不同规模企业主要经济指标历年比重

3.2.4 不同性质企业经济指标分析

(1) 国有内衣企业经济指标分析

(2) 集体制内衣企业经济指标分析

(3) 股份合作制内衣企业经济指标分析

(4) 股份制内衣企业经济指标分析

(5) 私营内衣企业经济指标分析

(6) 外商和港澳台投资企业经济指标分析

(7) 其他性质内衣企业经济指标分析

(8) 不同性质企业主要经济指标历年比重

3.3 中国内衣行业供需平衡分析

3.3.1 内衣行业供给分析

(1) 内衣行业总产值分析

(2) 内衣行业产成品分析

3.3.2 各地区内衣行业供给分析

3.3.3 内衣行业需求分析

- (1) 内衣行业销售产值分析
- (2) 内衣行业销售收入分析
- 3.3.4 各地区内衣行业需求分析
- 3.3.5 中国内衣行业产销率分析
- 3.4 中国内衣行业进出口分析
 - 3.4.1 2011-2015年内衣进出口总体态势分析
 - 3.4.2 2015年内衣行业出口分析
 - (1) 内衣行业出口总体情况
 - (2) 内衣行业出口产品结构
 - 3.4.3 2015年内衣行业进口分析
 - (1) 内衣行业进口总体情况
 - (2) 内衣行业进口产品结构
 - 3.4.4 2015年内衣行业进出口分析
 - (1) 2015年内衣行业进出口总体情况
 - (2) 内衣行业出口产品结构
 - (3) 内衣行业进口产品结构
 - 3.4.5 内衣行业进出口前景分析
 - (1) 内衣行业出口前景分析
 - (2) 内衣行业进口前景分析

第4章：中国内衣行业市场竞争态势分析

- 4.1 中国内衣行业竞争格局分析
 - 4.1.1 竞争企业区域分布
 - 4.1.2 竞争企业性质分布
 - 4.1.3 内衣行业品牌格局
 - 4.1.4 内衣市场区域分布
- 4.2 中国内衣行业集中度分析
 - 4.2.1 内衣行业资产集中度分析
 - 4.2.2 内衣行业销售集中度分析
 - 4.2.3 内衣行业利润集中度分析
- 4.3 中国内衣行业竞争强度分析
 - 4.3.1 内衣行业对上游议价能力分析

- 4.3.2 内衣行业对下游议价能力分析
- 4.3.3 内衣行业替代品威胁分析
- 4.3.4 内衣行业新进入者威胁分析
- 4.3.5 内衣行业同业竞争状况分析
- 4.3.6 内衣行业竞争强度总结
- 4.4 中国内衣行业投资兼并与重组整合分析
- 4.4.1 内衣企业投资兼并与重组现状
- 4.4.2 内衣行业投资兼并与重组趋势

第5章：内衣行业领先企业生产经营状况分析

- 5.1 内衣企业发展总体状况分析
- 5.2 内衣行业领先企业个案分析
 - 5.2.1 黛安芬国际集团有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
 - 5.2.2 安莉芳（中国）服装有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
 - 5.2.3 江苏AB集团股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析

5.2.4 深圳汇洁集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

5.2.5 上海古今内衣集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

5.2.6 奥丽侬（集团）内衣有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

5.2.7 上海欧迪芬内衣精品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

5.2.8 广东美思内衣有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

5.2.9 华歌尔(中国)时装有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

5.2.10 广东嘉莉诗(国际)服装有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

5.2.11 大连桑扶兰实业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

5.2.12 黛丽斯国际有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

5.2.13 广东新怡内衣集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

5.2.14 婷美集团保健科技有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

5.2.15 武汉爱帝集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

5.2.16 猫人国际（香港）股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

5.2.17 红豆集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

5.2.18 上海三枪（集团）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

5.2.19 北京爱慕内衣有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

5.2.20 深圳市都市丽人服装有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

5.2.21 丽晶维珍妮内衣(深圳)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

5.2.22 南极人(上海)股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

5.2.23 北京铜牛股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

5.2.24 南通海林集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

5.2.25 青岛即发集团控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

5.2.26 东华纺织集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向分析

5.2.27 江苏新雪竹国际服饰有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

5.2.28 北京纤丝鸟服饰有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

5.2.29 上海帕兰朵纺织科技发展有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

5.2.30 川浪莎控股股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业最新发展动态分析

第6章：中国内衣行业细分市场投资潜力

6.1 中国内衣行业细分市场投资潜力分析

6.1.1 女性内衣市场规模与投资潜力

(1) 女性内衣市场发展规模分析2009-2014年中国女性内衣销量及购买频次

(2) 女性内衣市场增长速度分析

(3) 女性内衣市场竞争格局分析

(4) 女性内衣市场投资潜力分析

6.1.2 男性内衣市场规模与投资潜力

(1) 男性内衣市场发展规模分析

(2) 男性内衣市场增长速度分析

(3) 男性内衣市场竞争格局分析

(4) 男性内衣市场投资机会分析

6.1.3 少女内衣市场规模与投资潜力

(1) 少女内衣市场发展规模分析

(2) 少女内衣市场增长速度分析

(3) 少女内衣市场竞争程度分析

(4) 少女内衣市场投资机会分析

6.1.4 孕妇内衣市场规模与投资潜力

(1) 孕妇内衣市场发展规模分析

(2) 孕妇内衣市场增长速度分析

(3) 孕妇内衣市场竞争格局分析

(4) 孕妇内衣市场投资机会分析

6.1.5 儿童内衣市场规模与投资潜力

(1) 儿童内衣市场发展规模分析

(2) 儿童内衣市场竞争格局分析

(3) 儿童内衣市场投资机会分析

6.1.6 情趣内衣市场规模与投资潜力

(1) 情趣内衣市场发展现状分析

(2) 情趣内衣市场竞争格局分析

(3) 情趣内衣市场投资机会分析

6.2 中国内衣行业主要产品市场规模分析

6.2.1 文胸市场发展规模与趋势分析

(1) 文胸市场规模与容量分析

(2) 文胸市场竞争格局分析

(3) 文胸市场消费特点分析

(4) 文胸市场营销策略分析

(5) 文胸市场发展趋势分析

6.2.2 内裤市场发展规模与趋势分析

(1) 内裤市场规模与容量分析

(2) 内裤市场竞争格局分析

(3) 内裤市场消费特点分析

(4) 内裤市场营销策略分析

(5) 内裤市场发展趋势分析

6.2.3 保暖内衣市场发展规模与趋势分析

(1) 保暖内衣市场发展阶段分析

(2) 保暖内衣市场竞争格局分析

(3) 保暖内衣市场消费特点分析

(4) 保暖内衣市场营销策略分析

(5) 保暖内衣市场发展趋势分析

6.2.4 功能型内衣市场发展规模与趋势分析

(1) 功能型内衣市场规模与容量分析

(2) 功能型内衣市场竞争格局分析

(3) 功能型内衣市场消费特点分析

(4) 功能型内衣市场营销策略分析

(5) 功能型内衣市场发展趋势分析

6.2.5 家居服市场发展规模与趋势分析

- (1) 家居服市场规模与容量分析
- (2) 家居服市场竞争格局分析
- (3) 家居服市场消费特点分析
- (4) 家居服市场营销策略分析
- (5) 家居服市场发展趋势分析

第7章：中国内衣行业重点区域市场发展分析

7.1 珠三角内衣产业发展分析

7.1.1 深圳内衣产业发展分析

- (1) 深圳内衣产业发展概况
- (2) 深圳内衣产业品牌分布
- (3) 深圳内衣产业集群状况
- (4) 深圳内衣产业发展特点
- (5) 深圳内衣产业发展趋势

7.1.2 汕头内衣产业发展分析

- (1) 汕头内衣产业发展概况
- (2) 汕头内衣产业集群状况
- (3) 汕头内衣产业品牌分布
- (4) 汕头内衣产业主要问题
- (5) 汕头内衣产业变革分析
- (6) 汕头内衣产业发展趋势

7.1.3 南海盐步内衣产业发展分析

- (1) 南海盐步内衣产业发展概况
- (2) 南海盐步内衣市场品牌分布
- (3) 南海盐步内衣行业发展瓶颈
- (4) 南海盐步内衣行业创新策略
- (5) 南海盐步内衣行业发展趋势

7.1.4 中山小榄内衣产业发展分析

- (1) 中山小榄内衣产业发展概况
- (2) 中山小榄内衣市场品牌分布
- (3) 中山小榄内衣行业主要问题

(4) 中山小榄内衣行业发展趋势

7.2 长三角内衣产业发展分析

7.2.1 浙江义乌内衣产业发展分析

(1) 浙江义乌内衣产业发展概况

(2) 浙江义乌内衣产业品牌分布

(3) 浙江义乌内衣行业发展趋势

7.2.2 江苏顾山内衣产业发展分析

(1) 江苏顾山内衣产业发展概况

(2) 江苏顾山内衣产业品牌分布

(3) 江苏顾山内衣行业发展趋势

7.3 其他地区内衣产业发展分析

7.3.1 北京市内衣产业发展分析

(1) 北京市内衣产业发展概况

(2) 北京市内衣市场消费特征

7.3.2 石狮深沪镇内衣产业发展分析

(1) 石狮深沪镇内衣产业发展概况

(2) 石狮深沪镇内衣市场品牌分布

第8章：中国内衣行业销售渠道与营销战略分析

8.1 内衣行业销售渠道分析

8.1.1 内衣销售渠道发展概况

(1) 内衣销售渠道发展阶段

(2) 内衣销售渠道发展特点

8.1.2 内衣主要销售渠道分析

8.2 内衣企业电子商务发展分析

8.2.1 内衣行业电子商务发展现状及趋势

(1) 我国电子商务行业发展现状

(2) 服装行业电子商务规模现状

(3) 内衣行业电子商务规模现状及趋势预测

8.2.2 内衣企业发展电子商务的模式

(1) 自建网上商城模式

(2) 购物平台合作模式

8.2.3 内衣企业发展电子商务需注意的问题

8.2.4 内衣行业电子商务案例分析

8.3 内衣企业渠道发展策略分析

8.3.1 内衣品牌代理商心理分析

8.3.2 内衣行业渠道发展趋势与创新

(1) 内衣行业渠道发展趋势

(2) 内衣行业渠道创新分析

8.4 内衣行业营销战略分析

8.4.1 价格战略分析

8.4.2 产品战略分析

8.4.3 分销战略分析

8.4.4 促销战略分析

8.4.5 品牌战略分析

(1) 前景预测篇

第9章：内衣行业发展趋势分析与前景预测

9.1 中国内衣市场发展趋势

9.1.1 中国内衣市场发展趋势分析

9.1.2 中国内衣市场发展前景预测

9.2 中国内衣行业投资特性

9.2.1 内衣行业发展壁垒分析

9.2.2 内衣行业盈利模式分析

9.2.3 内衣行业驱动因素分析

9.3 中国内衣行业投资建议

9.3.1 内衣行业投资风险分析

9.3.2 内衣行业投资相关建议

图表目录：

图表1：中国内衣行业的研究方法

图表2：中国企业的市场主体分类

图表3：中国不同所有制性质企业的划分

图表4：中国内衣行业主要产品分类图

图表5：内衣行业产业链示意图

图表6：2007-2015年我国布产量及同比增速（单位：亿米，%）

图表7：2007-2015年全国布产销率变化趋势图（单位：%）

图表8：2007-2015年我国棉布产量及同比增速（单位：亿米，%）

图表9：2007-2015年全国棉布产销率变化趋势图（单位：%）

图表10：2007-2015年我国化学纤维布产量及同比增速（单位：亿米，%）

图表11：2007-2015年全国化学纤维布产销率变化趋势图（单位：%）

图表12：2013-2015年中国棉花328指数和Cotlook A指数（单位：元/吨，美分/磅）

图表13：2005-2015年我国涤纶FDY价格走势（单位：万元/吨）

图表14：2004-2015年我国涤纶长丝价格走势（单位：元/吨）

图表15：2011-2015年我国嘉兴干茧价格指数走势图（单位：点）

图表16：2011-2015年我国嘉兴生丝价格指数走势图（单位：点）

图表17：织布行业对内衣行业的影响

图表18：中国内衣行业的相关监管政策

图表19：2012-2015年中国内衣行业的最新政策动向

图表20：中国内衣行业的主要发展规划政策

图表21：2011-2015年美国GDP增长率走势（单位：%）

图表22：2007-2015年美国制造业采购经理指数走势

图表23：2007-2015年美国失业率走势图（单位：%）

图表24：2007-2015年欧元区信心指数走势（单位：%）

图表25：2009-2015年日本GDP增速走势（单位：%）

图表26：2015年全球宏观经济指标预测（单位：%）

图表27：2009-2015年我国GDP及同比增速（单位：亿元，%）

图表28：2009-2015年我国PMI指数走势分析（单位：%）

图表29：2008-2015年我国进出口同比增速（单位：%）

图表30：我国出口同比增速大幅度下滑的主要原因分析

图表31：我国出口竞争力的相对优势

图表32：2009-2015年我国城镇居民人均可支配收入及实际增长速度（单位：元，%）

图表33：2009-2015年我国农村居民人均收入及实际增长速度（单位：元，%）

图表34：2006-2015年我国城镇居民人均衣着消费支出及同比增速（单位：元，%）

图表35：2007-2015年我国城镇居民人均衣着消费支出同比增速与可支配收入同比增速（单位：%）

图表36：我国居民的主要消费心理分析

图表37：我国内衣消费人群按购买力分类

图表38：我国内衣消费人群按年龄分类

图表39：我国内衣消费人群按年龄及购买力分类

图表40：我国女性内衣消费人群按个性分类

图表41：我国内衣消费者购买内衣的时间间隔（单位：%）

图表42：我国内衣消费者在内衣价格区间上的分布（单位：元，%）

图表43：我国内衣消费者不同色彩内衣的购买比例（单位：%）

图表44：我内衣行业消费者消费趋势

图表45：我国内衣行业的生命周期

图表46：我国内衣行业发展的主要特点

图表47：我国内衣市场缺乏全品类内衣品牌

图表48：我国内衣不同品牌主导不同区域市场

图表49：2012-2015年内衣行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表50：2012-2015年中国内衣行业盈利能力分析（单位：%）

图表51：2012-2015年中国内衣行业运营能力分析（单位：次）

图表52：2012-2015年中国内衣行业偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表53：2012-2015年中国内衣行业发展能力分析（单位：%）

图表54：2011-2015年美元兑换人民币中间价走势图（单元：元）

图表55：2012-2015年内衣行业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表56：2011年以来中国大型内衣企业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表57：2011年以来中国中型内衣企业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表58：2011年以来中国小型内衣企业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表59：2011年以来不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表60：2011年以来不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表61：2011年以来不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表62：2011年以来不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表63：2012-2015年国有内衣企业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表64：2012-2015年集体内衣企业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表65：2012-2015年股份合作内衣企业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表66：2012-2015年股份制内衣企业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表67：2012-2015年私营内衣企业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表68：2012-2015年外商和港澳台投资内衣企业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表69：2012-2015年其它性质内衣企业主要经济指标分析表（单位：万元，人，家，%）

图表70：2011-2015年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表71：2011-2015年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表72：2011-2015年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表73：2011-2015年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表74：2008-2015年内衣行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表75：2009-2015年内衣行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表76：2012-2015年产成品居前的10个地区分析表（单位：万元，%）

图表77：2015年产成品居前的10个地区比重图（单位：%）

图表78：2008-2015年内衣行业销售产值及增长率趋势图（单位：亿元，%）

图表79：2009-2015年内衣行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表80：2012-2015年销售收入居前的10个地区分析表（单位：万元，%）

图表81：2015年销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）

图表82：2004-2015年全国内衣行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表83：2011-2014年中国内衣行业进出口状况分析表（单位：万美元，%）

图表84：2015年中国内衣行业主要出口产品结构分析表（单位：万件，万条，万套，万美元）

图表85：2015年内衣行业出口产品结构分析（单位：%）

图表86：2012-2015年中国内衣行业主要进口产品结构分析表（单位：万件，万条，万美元）

图表87：2015年内衣行业进口产品结构分析图（单位：%）

图表88：2015年中国内衣行业进出口状况表（单位：万美元，%）

图表89：2015年中国内衣行业出口金额排名前十产品结构表（单位：亿件，亿套，万美元）

图表90：2015年内衣行业出口产品结构分析图（单位：%）

图表91：2015年中国内衣行业进口金额排名前十产品结构表（单位：万件，万套，万美元）

图表92：2015年内衣行业进口产品结构分析图（单位：%）

图表93：我国内衣行业出口前景分析列表

图表94：2009-2015年占我国内衣行业出口份额最高的四种产品的出口单价走势（单位：美元/件）

图表95：我国内衣行业进口前景分析列表

图表96：2009-2015年占我国内衣行业进口份额最高的四种产品的进口单价走势（单位：美元/

件)

图表97：2015年我国内衣行业企业数量排名前十地区（单位：家，%）

图表98：2015年我国内衣行业企业资产规模排名前十地区（单位：万元，%）

图表99：我国内衣企业的产业化集群较为明显

图表100：2015年中国内衣行业不同经济类型企业销售收入比较（单位：亿元）

图表101：2015年中国内衣行业销售收入按经济类型百分比（单位：%）

图表102：2008-2015年内衣行业经济类型占比（按销售收入）（单位：%）

图表103：2008-2015年内衣行业经济类型集中度变化趋势图（按销售收入）（单位：%）

图表104：我国内衣企业品牌档次及价格分布

图表105：我国内衣行业不同品牌的市场规模

图表106：2015年我国内衣行业市场区域结构（单位：%）

图表107：2015年我国内衣行业市场份额前10位省份占比份额（单位：%）

图表108：2015年内衣行业资产总额前10名企业占比（单位：%）

图表109：2015年我国内衣行业销售份额前10名企业占比（单位：%）

图表110：2015年我国内衣行业利润总额前10名企业占比（单位：%）

图表111：我国内衣行业对上游供应商的议价能力分析

图表112：我国内衣行业对下游消费者的议价能力分析

图表113：我国内衣行业替代品威胁分析

图表114：内衣行业潜在进入者威胁分析

图表115：2004-2015年我国内衣行业毛利率变化走势（单位：%）

图表116：我国内衣主要竞争对手情况

图表117：我国内衣行业五力分析结论

图表118：我国内衣行业兼并重组主要案例

图表119：内衣行业企业总体特点如下所示

图表120：黛安芬国际集团有限公司基本信息及业务能力简况表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278299.html>

三、研究方法

1、系统分析方法

- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。