

2022-2027年中国内衣行业市场调研及投资战略规划建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国内衣行业市场调研及投资战略规划建议报告》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：<https://www.huaon.com/channel/clothing/760487.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

内衣（英文名：Underwear）是指贴身穿的衣物，包括肚兜、汗衫(长袖、短袖、背心)、短裤、抹胸、胸罩等，通常是直接接触皮肤的，是现代人不可少的服饰之一。

内衣有吸汗、矫型、衬托身体、保暖及不受来自身体的污秽的危害的作用，有时会被视为性征。

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：

第一章 内衣相关介绍

1.1 内衣的定义和分类

1.1.1 内衣的定义

1.1.2 内衣的种类

1.1.3 文胸的分类

1.1.4 内裤的分类

1.1.5 睡衣的分类

1.2 内衣行业特征及投资特性

1.2.1 内衣行业的基本特点

1.2.2 国际内衣行业发展特征

1.2.3 中国内衣行业的投资壁垒

第二章 2017-2021年内衣行业分析

2.1 国外内衣行业发展概况

2.1.1 美国内衣销售市场发展状况

2.1.2 德国运动内衣市场发展现状

2.1.3 日本内衣市场依旧艰难

2.1.4 法国塑身内衣市场发展

2.2 2017-2021年中国内衣行业发展环境分析

2.2.1 政治环境

2.2.2 经济环境

2.2.3 社会环境

2.2.4 技术环境

2.3 2017-2021年中国内衣行业发展综述

2.3.1 中国内衣行业规模迅速壮大

- 2.3.2 中国内衣行业产量增长下滑
- 2.3.3 中国内衣行业发展特征
- 2.3.4 我国内衣行业发展区域特征
- 2.3.5 我国内衣行业上下游特征
- 2.3.6 我国内衣行业主要经营模式
- 2.4 2017-2021年中国内衣市场发展分析
- 2.5 2017-2021年中国内衣市场的品牌分析
 - 2.5.1 中国内衣市场国内品牌发展态势
 - 2.5.2 国际高端品牌争相发力中国内衣市场
 - 2.5.3 内衣品牌不断增加
 - 2.5.4 中高档内衣品牌发展趋势
- 2.6 2017-2021年内衣市场分析
- 2.7 中国内衣行业存在的问题及对策
 - 2.7.1 阻碍我国内衣行业发展的因素
 - 2.7.2 我国内衣市场发展面临的挑战
 - 2.7.3 我国内衣行业发展面临的形势
 - 2.7.4 我国内衣行业发展面临的技术趋势
 - 2.7.5 内衣企业应对市场变化的措施建议
- 第三章 内衣细分行业分析
 - 3.1 女性内衣
 - 3.1.1 中国女性内衣消费意识日渐觉醒
 - 3.1.2 中国女性内衣市场品牌格局分析
 - 3.1.3 女性内衣市场规模增长分析
 - 3.1.4 少女内衣市场发展迅速
 - 3.1.5 女性内衣市场发展趋向
 - 3.2 男士内衣
 - 3.3 保暖内衣
 - 3.4 家居服
 - 3.5 睡衣
- 第四章 2017-2021年内衣市场消费分析
 - 4.1 2017-2021年内衣市场消费概况
 - 4.1.1 消费者内衣消费差别性分析
 - 4.1.2 内衣行业逐渐步入网络消费时代
 - 4.1.3 新型材料内衣成消费市场新宠
 - 4.2 2017-2021年女性内衣消费趋势分析

- 4.2.1 消费者需求更加精细
- 4.2.2 围绕塑形产品出现新的变化趋势
- 4.2.3 女性内衣人群消费偏好
- 4.2.4 消费者购买行为分析
- 4.2.5 内衣的消费心理及营销措施
- 4.3 2017-2021年中国女性体型及内衣消费特点分析
- 4.4 内衣消费的潜力与趋势
 - 4.4.1 内衣消费的发展潜力分析
 - 4.4.2 时尚化推动行业消费升级
 - 4.4.3 女性内衣市场消费趋势
- 第五章 2017-2021年内衣所属行业进出口贸易分析
 - 5.1 中国内衣所属行业进口状况
 - 5.1.1 内衣所属行业进口量
 - 5.1.2 内衣所属行业进口金额
 - 5.1.3 内衣所属行业进口均价
 - 5.2 中国内衣所属行业出口状况分析
 - 5.2.1 内衣所属行业出口量
 - 5.2.2 内衣所属行业出口金额
 - 5.2.3 内衣所属行业出口均价
 - 5.3 2017-2021年中国内衣行业出口的SWOT分析
 - 5.3.1 内衣所属行业出口优势分析
 - 5.3.2 内衣所属行业出口劣势分析
 - 5.3.3 内衣所属行业出口机会分析
 - 5.3.4 内衣所属行业出口威胁分析
 - 5.4 2017-2021年中国内衣出口的问题及对策探讨
 - 5.4.1 中国内衣所属行业出口存在的主要质量问题
 - 5.4.2 中国内衣所属行业出口需注意的问题分析
- 第六章 内衣区域产业发展概况
 - 6.1 浙江
 - 6.1.1 浙江义乌无缝内衣产量占据了全球30%份额
 - 6.1.2 浙江苍南县宜山镇打造内衣名镇
 - 6.1.3 浙江义乌无缝内衣生产企业超过600家
 - 6.2 广东汕头
 - 6.3 江阴顾山镇
 - 6.4 南海盐步

6.5 深圳

6.6 其他

6.6.1 晋江泳装产业集群发展现状

6.6.2 中山小榄镇内衣行业发展现状

6.6.3 长乐花边产业集群发展

6.6.4 山东针织产业集群发展

第七章 2017-2021年内衣行业生产及营销分析

7.1 内衣行业生产分析

7.1.1 内衣行业产品研发、设计模式分析

7.1.2 中国内衣行业采购模式

7.1.3 中国内衣行业生产模式

7.2 内衣行业销售模式分析

7.2.1 我国内衣销售模式分析

7.2.2 内衣营销渠道逐渐呈现扁平化趋势

7.2.3 内衣渠道发展趋势

7.3 内衣市场营销策略探讨

7.3.1 内衣终端营销的方向分析

7.3.2 内衣终端经营水平提升的策略

7.3.3 内衣营销的策略分析

7.3.4 内衣品牌规划及营销战略

7.3.5 内衣品牌广告营销策略

7.4 知名内衣品牌营销战略概述

7.4.1 婷美：以“概念”求立足

7.4.2 黛安芬：在变化中把控

7.4.3 美思：“多样化”博销量

7.4.4 爱慕：“文化”价值链

7.5 品牌内衣营销案例分析

7.5.1 AB内衣产品营销变迁

7.5.2 猫人内衣的性感营销案例

第八章 国内外重点内衣品牌

8.1 国际内衣品牌

8.1.1 LA PERLA

8.1.2 Chantelle

8.1.3 黛安芬

8.1.4 华歌尔

8.1.5 安莉芳

8.2 国内胸衣品牌

8.2.1 爱慕

8.2.2 曼妮芬

8.2.3 都市丽人

8.2.4 桑扶兰

8.2.5 古今

8.3 针织、保暖品牌发展分析

8.3.1 AB公司

8.3.2 南极人

8.3.3 三枪

8.3.4 北极绒

8.3.5 婷美

8.3.6 猫人

第九章 2022-2027年内衣行业趋势预测及趋势分析

9.1 2022-2027年内衣业趋势预测展望

9.1.1 中国内衣整体发展趋势

9.1.2 中国内衣行业预测分析

9.1.3 内衣市场的竞争趋势分析

9.2 2022-2027年中国内衣行业发展趋势预测

9.2.1 内衣企业看重品牌和渠道优势

9.2.2 多品牌、多品类战略是行业未来发展方向

9.2.3 渠道扁平化趋势明显

图表目录：

图表：内衣的不同类别

图表：内衣产业链

图表：2017-2021年中国国内生产总值统计分析

图表：2017-2021年中国社会消费品零售总额统计

图表：2017-2021年中国固定资产投资额统计

图表：2017-2021年中国进出口贸易总额统计

图表：2017-2021年中国人口情况 单位：万人

图表：2017-2021年中国城镇化率情况 单位：万人

图表：全国居民人均可支配收入及其增速

图表：我国内衣行业产量增长统计

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/clothing/760487.html>