

2024-2030年中国内衣行业 分析与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国内衣行业分析与行业竞争对手分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202310/415766.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

内衣对中国来说是一个舶来品，从起步到发展，短短的十余年间，我国内衣行业已形成了基本完善而成熟的产业和市场体系。我国内衣行业不仅出现了生产集群（厂家主要分布在广东、浙江、北京、上海、江苏等地），并且已经从最初的贴牌加工发展到现在的自主品牌创新发展新阶段。

从女士内衣行业企业市场份额来看，爱慕和日本迅销在我国女士内衣市场中占据重要地位。根据Euromonitor公布的市场份额数据，2020年，爱慕和日本迅销在女士内衣的市场份额均占2.0%。从女士内衣品牌来看，根据天猫公布的2020年天猫双十一内衣热销榜，我国女士内衣行业电商销售前十品牌分别为：Ubras、优衣库、蕉内、曼妮芬、芬腾、猫人、恒源祥、果壳、爱慕、南极人。在电商渠道，中低端女士内衣品牌及新兴品牌获得了快速成长，如Ubras、优衣库、蕉内等品牌。

中国女性内衣市场变化节奏与服装行业整体相近，2020年行业受疫情影响呈现负增长，市场规模约为1239亿元，2021年行业略有回暖，实现微增达到1275亿元。预计此后几年将保持相对缓慢的增长趋势，市场规模增速在5%左右，如假设疫情影响持续到2023年，2024-2026年的女性内衣市场将呈现7%-8%的增速，恢复疫情前水平，预计2026年中国女性内衣市场规模将达到1746亿元。

随着女性内衣需求数量的扩大以及消费品质的提升，未来都会推动女性内衣行业市场需求的

增长。

行业市场集中度低在另一方面也说明了行业进入门槛较低，以差异化产品占有市场相对较为容易。并且就目前我国整个服装行业而言，内衣市场的利润和增长率都是非常突出的，所以目前是进入国内内衣市场的好时机。在趋势方面，我国内衣产品的细分化将是中国内衣市场未来发展的大势所趋，内衣品牌应针对不同层次、不同年龄、不同结构的消费者进行深入研究，进行细分化的系列产品开发，满足消费者需求。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国内衣行业分析与行业竞争对手分析报告》共十五章。首先介绍了内衣行业的发展特征及产业链状况，接着分析了国外内衣市场发展概况、国内内衣业的发展环境，然后对国内内衣热点细分市场、市场消费、进出口、重点区域进行了深入的分析。随后，报告对内衣市场做了品牌竞争态势、销售渠道、营销模式分析，并详细分析了内衣市场领先企业的发展、投资机会及风险，最后分析了内衣市场的发展前景及趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国服装行业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对

内衣产业有个系统深入的了解、或者想投资内衣行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 内衣基本界定及行业特征

1.1 内衣的基本界定

1.1.1 内衣的定义

1.1.2 内衣的种类

1.2 内衣行业的基本特点

1.2.1 劳动密集型产业

1.2.2 产品季节性强

1.2.3 产品具有时尚性

1.2.4 产品具有时效性

1.2.5 具有品牌效应

1.2.6 产品易被模仿

1.2.7 技术含量高

1.2.8 相关产业多

第二章 2021-2023年国际内衣市场发展分析

2.1 世界内衣市场发展总体分析

2.1.1 市场发展动态

2.1.2 市场发展现状

2.1.3 市场集中度

2.1.4 内衣销售情况

2.1.5 无缝内衣发展

2.1.6 国际内衣品牌

2.1.7 内衣发展方向

2.2 美国内衣市场发展分析

2.2.1 市场规模分析

2.2.2 市场格局分析

2.2.3 市场销售情况

2.2.4 市场需求分析

- 2.2.5 市场集中度
- 2.2.6 内衣电商发展
- 2.3 美国维密内衣发展分析
 - 2.3.1 维密秀收视
 - 2.3.2 维密市场份额
 - 2.3.3 市场销售情况
 - 2.3.4 维密经营情况
- 2.4 欧洲地区内衣市场发展分析
 - 2.4.1 欧洲市场总体发展
 - 2.4.2 英国内衣发展状况
 - 2.4.3 法国内衣发展状况

第三章 2021-2023年中国内衣产业发展环境分析

- 3.1 经济环境
 - 3.1.1 全球宏观经济
 - 3.1.2 国内宏观经济
 - 3.1.3 对外经济分析
 - 3.1.4 工业运行情况
 - 3.1.5 固定资产投资
 - 3.1.6 宏观经济展望
- 3.2 居民生活环境
 - 3.2.1 人口规模构成
 - 3.2.2 社会消费规模
 - 3.2.3 居民收入水平
 - 3.2.4 居民消费水平
- 3.3 政策环境分析
 - 3.3.1 纺织行业政策分析
 - 3.3.2 行业总体标准汇总
 - 3.3.3 文胸产品标准分析

第四章 2021-2023年中国内衣行业深度剖析

- 4.1 中国内衣行业发展综述

- 4.1.1 产业链条分析
- 4.1.2 行业发展阶段
- 4.1.3 内衣外穿市场
- 4.2 2021-2023年中国内衣行业运行情况分析
 - 4.2.1 市场发展规模
 - 4.2.2 行业产量分析
 - 4.2.3 线上销量分析
 - 4.2.4 细分市场分析
 - 4.2.5 区域分布情况
 - 4.2.6 用户偏好分析
 - 4.2.7 内衣行业趋势
- 4.3 内衣行业上市公司运行状况分析
 - 4.3.1 上市公司规模
 - 4.3.2 上市公司分布
 - 4.3.3 经营状况分析
 - 4.3.4 盈利能力分析
 - 4.3.5 营运能力分析
 - 4.3.6 成长能力分析
 - 4.3.7 现金流量分析
- 4.4 中国内衣行业存在问题分析
 - 4.4.1 本土文化氛围缺失
 - 4.4.2 竞争优势不明显
 - 4.4.3 品牌发展不完善
- 4.5 中国内衣市场发展战略分析
 - 4.5.1 行业规范化运作
 - 4.5.2 系统化营销策略
 - 4.5.3 改变低层次竞争

第五章 2021-2023年女性内衣市场运行情况分析

- 5.1 2021-2023年女性内衣市场分析
 - 5.1.1 行业发展特点
 - 5.1.2 市场发展规模

- 5.1.3 市场零售情况
- 5.1.4 行业集中度分析
- 5.1.5 主要企业分布
- 5.2 2021-2023年女性文胸运行分析
 - 5.2.1 市场发展规模
 - 5.2.2 市场偏好分析
 - 5.2.3 品牌市场份额
 - 5.2.4 地域发展分析
 - 5.2.5 主要类别分析
 - 5.2.6 无钢圈内衣市场
 - 5.2.7 Bralette文胸
- 5.3 中国女性内衣行业存在的问题探析
 - 5.3.1 行业存在问题
 - 5.3.2 标识标签问题
 - 5.3.3 纤维含量问题
 - 5.3.4 耐摩擦色牢度
 - 5.3.5 行业消费建议

第六章 2021-2023年内衣热点细分市场深度分析

- 6.1 男士内衣市场分析
 - 6.1.1 市场发展规模
 - 6.1.2 细分市场偏好
 - 6.1.3 消费选择指标
 - 6.1.4 市场品牌格局
 - 6.1.5 品牌打造策略分析
- 6.2 保暖内衣市场分析
 - 6.2.1 市场发展历程
 - 6.2.2 消费者产品需求
 - 6.2.3 产品材料创新
 - 6.2.4 品牌发展格局
 - 6.2.5 市场发展趋势
- 6.3 针织内衣市场分析

- 6.3.1 产品标准完善
- 6.3.2 市场运行状况
- 6.3.3 重点区域发展
- 6.3.4 面料发展趋势
- 6.4 无缝内衣市场分析
 - 6.4.1 市场需求状况
 - 6.4.2 行业格局分析
 - 6.4.3 主要企业分析
 - 6.4.4 市场进出口情况
- 6.5 睡衣家居服市场发展分析
 - 6.5.1 市场占比结构
 - 6.5.2 行业发展现状
 - 6.5.3 市场发展特征
 - 6.5.4 市场品牌分析

第七章 2021-2023年内衣市场消费市场分析

- 7.1 2021-2023年内衣市场消费情况
 - 7.1.1 消费意识变化
 - 7.1.2 区域热度分析
 - 7.1.3 用户群体结构
 - 7.1.4 消费影响因素
 - 7.1.5 消费心理分析
- 7.2 2021-2023年女性内衣消费市场分析
 - 7.2.1 消费关注重点
 - 7.2.2 消费价格分析
 - 7.2.3 文胸市场分析
 - 7.2.4 女性人群分布情况
- 7.3 文胸消费人群分析
 - 7.3.1 少女人群
 - 7.3.2 年轻人群
 - 7.3.3 丰满人群
 - 7.3.4 高端人群

7.4 中国女性体型及内衣消费特点研析

7.4.1 不同年龄段的女性体型变化概述

7.4.2 不同地区女性的体型特征差异

7.4.3 不同地区女性的内衣消费偏好

7.4.4 女性内衣消费特点调查分析

7.5 内衣消费市场的潜力与趋势分析

7.5.1 消费潜力分析

7.5.2 市场消费趋势

第八章 2021-2023年内衣进出口贸易分析

8.1 国内外内衣的分类、标准差异

8.1.1 国内外纺织品标准体系分析

8.1.2 内衣标准比对研究

8.1.3 内衣标准体系建设发展建议

8.2 2021-2023年中国女式背心及其他衣裙及类似品进出口数据分析

8.2.1 进出口总量数据分析

8.2.2 主要贸易国进出口情况分析

8.2.3 主要省市进出口情况分析

8.3 2021-2023年中国男式背心及其他衣裤及类似品进出口数据分析

8.3.1 进出口总量数据分析

8.3.2 主要贸易国进出口情况分析

8.3.3 主要省市进出口情况分析

8.4 2021-2023年中国内衣出口的SWOT分析

8.4.1 内衣出口优势分析

8.4.2 内衣出口劣势分析

8.4.3 内衣出口机会分析

8.4.4 内衣出口威胁分析

8.5 2021-2023年中国内衣出口的问题及对策探讨

8.5.1 质量问题

8.5.2 专利问题

8.5.3 文化差异问题

8.5.4 健康消费问题

8.5.5 出口企业的对策建议

第九章 2021-2023年内衣重点区域市场及产业集群区发展分析

9.1 广东中山

9.1.1 行业发展态势

9.1.2 品牌竞争格局

9.1.3 行业发展优劣势

9.2 江苏镇江

9.2.1 市场发展态势

9.2.2 平台交易规模

9.2.3 内衣价格区间

9.2.4 内衣消费者分析

9.3 广东汕头

9.3.1 产业发展优势

9.3.2 市场发展态势

9.3.3 市场竞争格局

9.3.4 市场发展问题

9.4 广东深圳

9.4.1 行业发展环境

9.4.2 行业发展态势

9.4.3 市场竞争格局

9.4.4 创新产业链条

9.5 佛山盐步

9.5.1 行业发展优势分析

9.5.2 行业发展态势分析

9.5.3 内衣价格指数走势

9.5.4 内衣景气指数走势

9.5.5 内衣时尚指数走势

9.5.6 内衣细分系列发展

9.5.7 市场发展瓶颈分析

9.5.8 市场发展对策建议

9.6 中国内衣主要产业基地介绍

- 9.6.1 盐步内衣产业集群
- 9.6.2 汕头内衣产业集群
- 9.6.3 山东针织产业集群
- 9.6.4 晋江泳装产业集群
- 9.6.5 深圳内衣产业集群
- 9.6.6 长乐纺织花边集群

第十章 2021-2023年内衣市场竞争格局分析

- 10.1 中国内衣市场竞争状况
 - 10.1.1 内衣品牌竞争现状
 - 10.1.2 内衣品牌发展困境
 - 10.1.3 品牌发展对策分析
- 10.2 2021-2023年女性内衣竞争分析
 - 10.2.1 女士内衣品牌竞争格局
 - 10.2.2 女士内衣市场竞争格局
 - 10.2.3 国际品牌争夺中国高地
 - 10.2.4 本土高端品牌市场挤压
 - 10.2.5 同质化成为发展瓶颈
- 10.3 2021-2023年中国内衣企业竞争格局
 - 10.3.1 内衣品牌市场份额
 - 10.3.2 内衣企业营收情况
 - 10.3.3 内衣企业上市动态
 - 10.3.4 重点企业利润水平
 - 10.3.5 主要上市企业分析

第十一章 内衣市场销售渠道分析

- 11.1 中国内衣市场主要渠道解析
 - 11.1.1 大型商场
 - 11.1.2 内衣专卖店
 - 11.1.3 大型批发市场
 - 11.1.4 邮购
 - 11.1.5 街头小店

- 11.1.6 网络平台
- 11.2 内衣市场销售渠道总体分析
 - 11.2.1 行业销售渠道
 - 11.2.2 销售渠道分析
 - 11.2.3 线下门店发展
- 11.3 2021-2023年中国内衣市场电子商务渠道分析
 - 11.3.1 网生内衣发展原因
 - 11.3.2 电商品牌商业模式
 - 11.3.3 内衣网购市场规模
 - 11.3.4 电商市场发展动态
 - 11.3.5 内衣电商融资情况
 - 11.3.6 内衣微商市场发展
 - 11.3.7 内衣购买市场分析
- 11.4 互联网内衣电商发展前景
 - 11.4.1 内衣电商发展趋势
 - 11.4.2 互联网内衣市场前景
 - 11.4.3 互联网品牌复购率
 - 11.4.4 女性市场诱惑力大

第十二章 内衣市场营销模式分析

- 12.1 内衣市场营销模式探讨
 - 12.1.1 内衣营销基本因素
 - 12.1.2 市场营销模式分析
 - 12.1.3 传统内衣营销模式
 - 12.1.4 现代内衣营销模式
 - 12.1.5 深圳内衣营销模式
- 12.2 微信公众平台的内衣网络营销模式及优势
 - 12.2.1 个性化生产和营销服务
 - 12.2.2 稳定和再生的客户资源
 - 12.2.3 推送移动终端视频和文案
 - 12.2.4 对娱乐资讯的快速反应
 - 12.2.5 提升用户体验服务细节

12.3 内衣网络营销模式分析

12.3.1 建立企业品牌

12.3.2 营销渠道策划

12.3.3 个性化服务模式

12.3.4 网上数据确保准确

12.3.5 分销渠道快捷方便

12.4 美国维密的营销模式分析

12.4.1 产品定位+场景消费

12.4.2 内容营销+粉丝经济

12.4.3 “多样化+全方位”渠道

12.4.4 海外市场+网络综艺

第十三章 2021-2023年内衣行业领先企业发展分析

13.1 L Brands

13.1.1 企业发展概况

13.1.2 2021年企业经营状况分析

13.1.3 2022年企业经营状况分析

13.1.4 2023年企业经营状况分析

13.2 Woford

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 2021财年企业经营状况分析

13.2.3 2022财年企业经营状况分析

13.2.4 2023财年企业经营状况分析

13.3 安莉芳控股有限公司

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 2021年企业经营状况分析

13.3.3 2022年企业经营状况分析

13.3.4 2023年企业经营状况分析

13.4 都市丽人（中国）控股有限公司

13.4.1 企业发展概况

13.4.2 2021年企业经营状况分析

13.4.3 2022年企业经营状况分析

- 13.4.4 2023年企业经营状况分析
- 13.5 维珍妮国际（控股）有限公司
 - 13.5.1 企业发展概况
 - 13.5.2 2021财年企业经营状况分析
 - 13.5.3 2022财年企业经营状况分析
 - 13.5.4 2023财年企业经营状况分析
- 13.6 超盈国际控股有限公司
 - 13.6.1 企业发展概况
 - 13.6.2 2021年企业经营状况分析
 - 13.6.3 2022年企业经营状况分析
 - 13.6.4 2023年企业经营状况分析
- 13.7 深圳汇洁集团股份有限公司
 - 13.7.1 企业发展概况
 - 13.7.2 经营效益分析
 - 13.7.3 业务经营分析
 - 13.7.4 财务状况分析
 - 13.7.5 核心竞争力分析
 - 13.7.6 公司发展战略
 - 13.7.7 未来前景展望
- 13.8 浙江健盛集团股份有限公司
 - 13.8.1 企业发展概况
 - 13.8.2 经营效益分析
 - 13.8.3 业务经营分析
 - 13.8.4 财务状况分析
 - 13.8.5 核心竞争力分析
 - 13.8.6 公司发展战略
 - 13.8.7 未来前景展望

第十四章 2024-2030年中国内衣行业投资机会及风险分析

- 14.1 中国内衣行业投融资情况
- 14.2 中国内衣行业的投资特性
 - 14.2.1 生产要素比较优势下降

- 14.2.2 利润大且风险较小
- 14.2.3 行业缺乏规模经济效应
- 14.3 中国内衣行业进入壁垒
 - 14.3.1 资金需求门槛
 - 14.3.2 内衣设计门槛
 - 14.3.3 销售渠道门槛
- 14.4 中国内衣行业投资机会分析
 - 14.4.1 消费者需求动力
 - 14.4.2 内衣加盟店优势
 - 14.4.3 无钢圈内衣突破点
 - 14.4.4 消费者年龄分布广
 - 14.4.5 年轻内衣市场具有强大消费潜力
- 14.5 中国内衣行业投资风险
 - 14.5.1 市场需求变化的风险
 - 14.5.2 市场供应链风险
 - 14.5.3 产品生产端风险
 - 14.5.4 产品营销端风险
 - 14.5.5 品牌被侵权的风险

第十五章 2024-2030年对内衣行业发展前景及趋势分析

- 15.1 国际内衣服发展前景展望
 - 15.1.1 运动内衣发展潜力
 - 15.1.2 针织内衣市场前景
 - 15.1.3 内衣电商发展前景
- 15.2 中国内衣行业发展趋势预测
 - 15.2.1 中国内衣行业总体发展趋势
 - 15.2.2 内衣市场的竞争趋势与产品趋势分析
 - 15.2.3 无钢圈内衣市场需求预测
 - 15.2.4 内衣功能化发展趋势
 - 15.2.5 保暖内衣发展趋势
 - 15.2.6 无缝内衣未来发展趋势
- 15.3 对2024-2030年中国内衣市场预测分析

- 15.3.1 2024-2030年中国内衣市场影响因素分析
- 15.3.2 2024-2030年中国内衣行业市场规模预测
- 15.3.3 2024-2030年中国内衣行业产能预测

图表目录

- 图表1 2018年部分国家内衣市场品牌前五名集中度
- 图表2 2019年全球主要国家女性内衣人均消费金额对比情况
- 图表3 2019-2022年无缝内衣渗透率及增长预测
- 图表4 我国无缝内衣出口市场占比
- 图表5 2010-2018年美国内衣及女士内衣市场规模
- 图表6 2013-2018年美国TOP5女性内衣品牌市场份额对比
- 图表7 2013-2018年美国运动内衣及快时尚品牌内衣市场份额对比
- 图表8 2001-2018年维密秀首播观众人数情况
- 图表9 2013-2018年维密在美国女士内衣市场份额对比
- 图表10 2011-2019年维密销售情况
- 图表11 2019-2021年维密在北美好加拿大地区关闭门店数量
- 图表12 2019-2020年欧洲部分国家内衣制造生产价格指数对比
- 图表13 2015-2019年国内生产总值及其增长速度
- 图表14 2015-2019年三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表15 2020年GDP初步核算数据
- 图表16 2015-2019年货物进出口总额
- 图表17 2019年货物进出口总额及其增长速度
- 图表18 2019年主要商品出口数量、金额及其增长速度
- 图表19 2019年主要商品进口数量、金额及其增长速度
- 图表20 2019年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重
- 图表21 2015-2019年全部工业增加值及其增长速度
- 图表22 2019年主要工业产品产量及其增长速度
- 图表23 2019年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重
- 图表24 2019年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度
- 图表25 2014-2019年中国总人口数
- 图表26 2019年年末人口数及其构成
- 图表27 2015-2019年常住人口城镇化率

图表28 2014-2019年60周岁及以上老年人口及其占全国总人口比重

图表29 2018年全国社会消费品零售总额月度同比增长

图表30 2018年社会消费品零售总额主要数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/415766.html>