

# 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](http://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 国际内业发展前景展望
  - 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>