

2021年中国女性内衣市场调研报告- 市场现状与未来商机分析

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国女性内衣市场调研报告-市场现状与未来商机分析》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/fuzhuang/535282535282.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

女性内衣是女性所穿、紧贴肌肤或衬于其它衣服下的服饰，一般由棉、粘胶短纤维、涤纶、尼龙、腈纶、氨纶及其它材料制成。按用途划分，女性内衣可分为内层衣、基础衣和中间衣。按样式划分，女性内衣主要分为胸罩、内裤和睡衣。按消费人群划分，女性内衣可分为少女内衣、青年女性内衣、中年女性内衣和老年女性内衣。按功能划分，女性内衣可区分为矫形内衣、运动内衣、保健内衣和装饰内衣。

女性内衣分类

分类依据

分类

简介

按用途划分

内层衣

内层衣一般是指紧贴肌肤的衣服，具有防寒、保暖、吸汗等功能，所使用的材料以保温和吸水性俱佳的柔软布料为主

基础衣

基础衣是指具有调整形体功能的内衣，可以调整女性身材，使其达到理想、优美的曲线

中间衣

中间衣则为介于外衣和基础衣之间，具有吸汗、柔滑、隔离外衣的作用，如打底衫

按样式划分

胸罩

胸罩包含罩杯（全罩胸罩、3/4罩杯胸罩、1/2罩杯胸罩）和外形设计（无肩带胸罩、魔术胸罩、无缝胸罩、前扣胸罩、长束型胸罩、无肩带长型胸罩、休闲型胸罩）两种

内裤

内裤包含低腰型、中腰型、高腰型、比基尼型、丁字型、性感型

睡衣

睡衣分为吊带型睡裙、分体式睡衣、连体式睡袍。

按消费人群划分

少女内衣

少女内衣注重保护性、支托性（辅助塑造初期胸型）和舒适性，代表产品类型有AA系列、背心围等

青年女性内衣

青年女性内衣注重保护性和装饰性，代表产品类型有花边喱士系列、轻型收束系列

中年女性内衣

中年女性内衣注重保护性和修身性，代表产品类型有全杯型、中型、重型收束系列

老年女性内衣

老年女性内衣则具有样式简洁、质地柔软、吸湿透气、方便穿戴等特点

按功能划分

矫形内衣

矫形内衣也称为基础衣，强调强调曲线雕塑，需长时间穿着来达到改变身材的目的

运动内衣

运动内衣是针对女性在进行运动时的特点所设计的，具有轻便、透气、舒适、适合运动舒展和支撑的特点，能较好的在运动中保护胸部安全，可满足女性日常的运动需求

保健内衣

保健内衣具有预防疾病、辅助治疗的特点，主要包括天然纤维保健内衣、中草药保健内衣、磁疗保健内衣和远红外线保健内衣四种，各具有不同的保健作用

装饰内衣

装饰内衣主要通过特有的花边喱士来增强内衣独有的吸引力，如情趣内衣等数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2019年，我国女性内衣市场零售额为1696亿元，较上年同比增长5.1%；2020年，我国女性内衣市场零售额为**亿元，较上年同比增长**%。

2015-2020年我国女性内衣市场零售额及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) 市场细分化：女性内衣消费年龄范围较广，不同阶段的女性消费者身体特征和生活方式均存在差异，对内衣的要求也不同。目前，市场上已经出现了少女内衣、孕妇内衣、哺乳内衣、性感内衣、情趣内衣、运动内衣等细分产品，且备受女性消费群体的青睐。

(2) 企业实行多品牌战略：现阶段，我国内衣龙头企业之间实力接近，市场竞争激烈，靠单一品牌难以获得较大市场份额。因此主流女性内衣企业纷纷实行多品牌战略，涉足细分市场，提高营业收入。如爱慕集团旗下拥有爱美丽、爱慕、兰卡文等子品牌，分别覆盖少女、年轻女性和成熟女性群体，同时拥有Aimer Men、Aimer kids 等子品牌，分别覆盖男士、儿童群体，并推出子品牌“心爱”用于网络渠道销售。

我国主流女性内衣企业旗下品牌

类别

汇洁股份

安莉芳

爱慕集团

黛安芬

维多利亚的秘密

少女内衣(14-18岁)

兰卓丽

芬狄诗

爱美丽

Slogg

维密红粉佳人

年轻女性内衣(19-30岁)

曼妮芬

安莉芳

爱慕

黛安芬

维多利亚的秘密

成熟女性内衣(30-50岁)

伊维斯

Lizacheng

兰卡文

VALISERE

-数据来源：公开资料整理

(3) 高端产品生产比例提高：随着我国经济发展、居民可支配收入提高，消费者对女性内衣需求趋向高端化、品牌化。受益于我国纺织行业的装备水平和技术水平不断提高，女性内衣企业已具备生产高端产品的能力。同时，由于近些年在国内生产低端纺织品已不具备成本优势，部分品牌逐渐将工厂向越南、巴基斯坦等生产成本更低的国家转移，有利于企业调整产品结构，通过升级换代来提升产品档次，促进行业健康发展。

我国女性内衣行业优势 数据来源：公开资料整理

二、劣势分析

(1) 产品同质化严重：我国具有自主开发、创新能力和营销能力的大型企业较少，大部分企业缺少独立的技术创新能力，在新技术、新产品的开发投入上明显不足，制约了先进技术的迭代更新，形成了女性内衣产品“同质化”的局面。根据数据显示，2017年，我国纺织业的专利申请只占专利申请总量的1.6%。

2017年我国专利申请类别占比情况 数据来源：公开资料整理

(2) 人均消费水平有待提高：尽管近几十年来我国女士内衣行业得到了一定的发展，但是相对于其他发达国家还有巨大差距。目前中国女性内衣人均消费仍处于较低水平，年人均消费金额仅为20.2美元，仅为部分欧美发达国家的1/4左右。

全球主要国家女性内衣人均消费金额对比情况 数据来源：公开资料整理

三、机遇分析

(1) 庞大的人口基数：规模巨大的消费群体为女性内衣未来市场规模的增长奠定了基础。根据数据显示，2018年，我国女性人口数量为68187万人，较上年同比增长0.5%；201

9年，我国女性人口数量为68478万人，较上年同比增长0.4%。

2015-2019年我国女性人口数量及增速 数据来源：公开资料整理

(2) 政策支持：女性内衣行业兼具纺织行业、服装行业的特点，是国家鼓励发展的行业之一。发改委、工信部等先后出台了一系列的政策文件支持女性内衣行业的发展。

如2016年2月，中国服装协会在《中国服装行业“十三五”发展纲要》中提出加强服装基础科学研究，推进三维人体测量、服装3D可视化及模拟技术的精准性和实用化，加快服装基础数据库及相关数字化服务平台建设；以智能制造为主攻方向，以生产过程智能化为重点领域，全面加速服装行业工业化与信息化深度融合和综合应用，推送服装制造水平的整体提升。

2017年6月，中国化学纤维工业协会在《中国化纤工业绿色发展行动计划》中提出到2020年，绿色发展理念成为化纤工业生产过程的普遍要求，化纤工业绿色发展推进机制基本形成，绿色设计、绿色制造、绿色采购、绿色工艺技术、绿色化纤产品将成为化纤工业新的增长点。化纤工业绿色发展整体水平显著提升。

我国女性内衣行业相关支持政策

颁布日期

政策名称

制定部门

主要内容及影响

2009.10

《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》

工信部等7个部门

推进服装品牌建设的运行机制，营造良好的市场环境，加强公共服务平台的建设，加快实现中国服装、建房自主品牌国际化、增强服装、江防行业的综合实力；培育一批以自主创新为核心，以知名品牌为标志、具有较强竞争力的优势服装、纺织企业，形成若干具有国际影响力的服装、家纺自主品牌

2012.01

《纺织工业“十二五”发展规划》

工信部

提出优先支持新型纺织纤维材料、高端纺织装备、产业用纺织品、品牌服装和家用纺织品企业上市融资，积极支持企业创新能力和品牌运作能力；重点推进服装、家用纺织品行业品牌建设，加强企业设计研发中心建设，推广计算机辅助设计工艺系统应用

2013.02

《产业结构调整指导目录（2011年本）》（修订版）

发改委

“第一类鼓励类”之“二十、纺织”中的第12项为“服装企业计算机集成制造及数字化、信息化、

自动化技术和装备的应用”

2016.02

《中国服装行业“十三五”发展纲要》

中国服装协会

提出加强服装基础科学研究，推进三维人体测量、服装3D可视化及模拟技术的精准性和实用化，加快服装基础数据库及相关数字化服务平台建设；以智能制造为主攻方向，以生产过程智能化为重点领域，全面加速服装行业工业化与信息化深度融合和综合应用，推送服装制造水平的整体提升

2016.09

《纺织工业“十三五”科技进步纲要》

中国纺织工业联合会

重点研发服装、色纱、织物的数字化设计技术，开展个性化服装设计、服装人体信息库的建立和应用、服装样板定制技术研究，满足纺织品个性化消费需求；力争在2020年实现建立个性化服装智能设计在线平台目标，在2025年实现基于多通道协同的智能杜撰设计平台的目标；力争在2025年解决小批量生产对个性化产品生产技术控制上的问题

2016.09

《纺织工业发展规划（2016-2020）》

工信部

提出在“十三五”期间，“中国制造2025”、“互联网+”全面推进，信息技术在纺织行业涉及、生产、营销、物流等环节深入应用，将推动生产模式向柔性化、智能化、精细化转变，由传统生产制造向服务型制造转变，鼓励纺织服装企业面向个性化、定制化消费需求，重构供需关系

2017.06

《中国化纤工业绿色发展行动计划》

中国化学纤维工业协会

提出到2020年，绿色发展理念成为化纤工业生产过程的普遍要求，化纤工业绿色发展推进机制基本形成，绿色设计、绿色制造、绿色采购、绿色工艺技术、绿色化纤产品将成为化纤工业新的增长点。化纤工业绿色发展整体水平显著提升数据来源：公开资料整理

（3）资本青睐：近年来，行业持续发展不断吸引资本的关注。伴随着资本的不断涌入，部分女性内衣企业经济实力增强，核心竞争力不断提升，积极探索创新商业模式。如2018年4月，内衣品牌NEIWAI内外已完成6,000万元B+轮融资，累计融资金额近2亿元；都市丽人分别于2017年5月和2018年4月先后获得5.99亿港币和5.1亿港币融资，累计融资超过10亿港币。

我国部分女性内衣品牌融资事件一览
品牌

轮次

投融资时间

金额

投资方

NEIWAI内外

B+轮

2018.04.09

6,000万人民币

华强资本

B轮

2017.11.15

7,000万人民币

祥峰投资领投，启赋资本、华强资本、真格基金、真成投资跟投

A轮

2016.11.23

数千万人民币

启赋资本领投、真格基金跟投

天使轮

2015.04.24

1,000万人民币

真格基金

都市丽人

股权转让

2018.04.27

5.1亿港币

Windcreek、意象架构投资、唯品会、QuickReturns

股权转让

2017.05.05

5.99亿港币

复星国际

IPO

2014.06.26

未披露

未披露

A轮

2010.10.20

2.1亿人民币

今日资本

缺一内衣

A轮

2017.12.01

4,500万人民币

未披露

茵曼内衣

Pre-A轮

2018.06.01

1,000万人民币

梅花创投

INNEE

A轮

2017.01.01

未披露

老鹰基金、光大中兴基金、雷雨资本

种子轮

2014.12.01

未披露

老鹰基金

缪诗

A轮

2016.03.02

未披露

赛马资本

天使轮

2013.01.01

300万人民币

华创盛景数据来源：公开资料整理

四、威胁分析

(1) 生产成本上涨威胁：内衣行业的面料主要包括面料、辅配件、花边、丈根等，材料成本约占生产成本的50%至70%，而棉花是面料的主要原材料，棉花价格的波动将直接影响女性内衣企业产品的成本。受产棉地区世界棉花供求形势等多重因素影响，2018年作为

女性内衣原材料的棉花出现价格的上涨直接导致面料价格面料上涨。由于提价易导致客户流失，女性内衣企业不会轻易对服装进行提价，因此原料价格的快速上涨引致利润下降。

(2) 政策监管趋严威胁：我国政府针对整个服装纺织行业、内衣行业细分市场进行监管，监管政策主要涉及材质的规范、安全生产、质量管理、环境保护等方面，部分不达标的女性内衣生产企业面临倒闭风险。

如2017年11月，工信部制定《文胸》(FZ/T73012-2017)，调整了适用范围的叙述和规范性引用文件；修改了文胸规格测量部位示意图以及甲醛含量、PH值、异味、可分解致癌芳香胺染料的指标要求和复验的规定；增加了“甲醛含量、PH值和异味的考核对象包括文胸罩杯的填充物、但乳胶、有机硅胶、矿物油不考核”的规定和纤维含量试验部位的规定和增加了包装、运输和贮存的具体规定以及文胸各部位名称的规定。

2017年12月，国家标准委发布、安莉芳修订的《机织文胸》(Q/EMCZ06—2017)中规定了机织文胸的要求、检测方法、检测分类规则，以及标志、包装、运输和贮存等全部技术特征。同时取消缝子疵裂程度要求；调整摩擦(湿摩)的耐摩擦牢度一等品和合格品的要求；取消色牢度试验的底围测试部位；调整5.4.3中的预加张力为0.05N。

我国女性内衣行业相关监管政策

颁布日期

政策名称

制定部门

主要内容及影响

2011.01

《国家纺织产品基本安全技术规范》(GB 18401-2010)

国家质检总局、国家标准委

规定了纺织产品的基本安全技术要求、试验方法、检验规则及实施与监督。纺织产品的其他要求按有关标准执行。适用于在我国境内生产、销售和使用的服用和装饰用纺织产品。出口产品可依据合同的约定执行

2012.12

《针织休闲服装》(FZ/T 73020-2012)

工信部

规定了针织服饰的产品号型、要求、实验方法、判定规则、产品使用说明、包装、运输和贮存；删除了对10%以下纤维含量的规定、裙子测量部位示例；细化了表面疵点要求；增加了干洗尺寸变化率、耐干洗色牢度、耐光汗复合色牢度、耐水色牢度、异味、可分解致癌芳香胺染料、拼接互染色牢度、水洗后外观质量、耐唾液色牢度考核项目；调整了水洗后扭曲率指标、耐光色牢度指标；细化了内在质量要求、对称部位尺寸差异规定

2014.10

《运动文胸》

工信部

规定了运动文胸的术语定义、型号、要求、试验、产品使用说明、包装、运输和贮存

2016.02

《纤维制品质量管理办法》

国家质检总局

规定了纤维制品品质的要求，建立信用评价机制，引导企业诚信经营，明确各单位义务，明确监督部门的权利，规定法律责任，从而加强了纤维制品质量监督管理，提高纤维制品质量，保障人生健康安全

2016.08

《纺织品印染喷量》

工信部

规定了纺织品印染过程中的活性染料喷墨墨水、分散染料喷墨墨水、酸性染料喷墨墨水这四种染料墨水的术语和定义、要求、试验方法、监测方法和标志、包装、运输、贮藏等

2017.07

《中华人民共和国环境保护税法》

全国人大

明确纺织废水主要包括印染废水、还钱生产废水、洗毛废水、麻脱胶废水和化纤浆粕废水5种

2017.11

《文胸》（FZ/T73012-2017）

工信部

调整了适用范围的叙述和规范性引用文件；修改了文胸规格测量部位示意图以及甲醛含量、PH值、异味、可分解致癌芳香胺染料的指标要求和复验的规定；增加了“甲醛含量、PH值和异味的考核对象包括文胸罩杯的填充物，但乳胶、有机硅胶、矿物油不考核”的规定和纤维含量试验部位的规定和增加了包装、运输和贮存的具体规定以及文胸各部位名称的规定

2017.12

《机织文胸》（Q/EMCZ06—2017）

国家标准委发布、安莉芳修订

规定了机织文胸的要求、检测方法、检测分类规则，以及标志、包装、运输和贮存等全部技术特征。同时取消缝子疵裂程度要求；调整摩擦（湿摩）的色泽牢度一等品和合格品的要求；取消色牢度试验的底围测试部位；调整5.4.3中的预加张力为0.05N数据来源：公开资料整理（zlj）

（3）设计人才紧缺威胁：优秀的设计能够凸显品牌特色、明确市场定位并帮助品牌获得消费者认可，因此有实力的设计师受各品牌追捧。然而国内仍然缺乏专业的设计师培养体系，而形成成熟且完善的人才培训与选拔机制需要投入大量的资金与时间，对各企业的预算

造成不小的压力。

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国女性内衣市场调研报告-市场现状与未来商机分析》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国女性内衣行业发展概述

第一节 女性内衣行业发展情况概述

一、女性内衣行业相关定义

二、女性内衣行业基本情况介绍

三、女性内衣行业发展特点分析

四、女性内衣行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、女性内衣行业需求主体分析

第二节 中国女性内衣行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、女性内衣行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国女性内衣行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国女性内衣行业生命周期分析

一、女性内衣行业生命周期理论概述

二、女性内衣行业所属的生命周期分析

第四节 女性内衣行业经济指标分析

一、女性内衣行业的赢利性分析

二、女性内衣行业的经济周期分析

三、女性内衣行业附加值的提升空间分析

第五节 中国女性内衣行业进入壁垒分析

一、女性内衣行业资金壁垒分析

二、女性内衣行业技术壁垒分析

三、女性内衣行业人才壁垒分析

四、女性内衣行业品牌壁垒分析

五、女性内衣行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球女性内衣行业市场发展现状分析

第一节 全球女性内衣行业发展历程回顾

第二节 全球女性内衣行业市场区域分布情况

第三节 亚洲女性内衣行业地区市场分析

一、亚洲女性内衣行业市场现状分析

二、亚洲女性内衣行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲女性内衣行业市场前景分析

第四节 北美女性内衣行业地区市场分析

一、北美女性内衣行业市场现状分析

二、北美女性内衣行业市场规模与市场需求分析

三、北美女性内衣行业市场前景分析

第五节 欧洲女性内衣行业地区市场分析

一、欧洲女性内衣行业市场现状分析

二、欧洲女性内衣行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲女性内衣行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界女性内衣行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球女性内衣行业市场规模预测

第三章 中国女性内衣产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品女性内衣总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国女性内衣行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国女性内衣产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国女性内衣行业运行情况

第一节 中国女性内衣行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国女性内衣行业市场规模分析

第三节 中国女性内衣行业供应情况分析

第四节 中国女性内衣行业需求情况分析

第五节 我国女性内衣行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国女性内衣行业供需平衡分析

第七节 中国女性内衣行业发展趋势分析

第五章 中国女性内衣所属行业运行数据监测

第一节 中国女性内衣所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国女性内衣所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国女性内衣所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国女性内衣市场格局分析

第一节 中国女性内衣行业竞争现状分析

- 一、中国女性内衣行业竞争情况分析
- 二、中国女性内衣行业主要品牌分析

第二节 中国女性内衣行业集中度分析

- 一、中国女性内衣行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国女性内衣行业市场集中度分析

第三节 中国女性内衣行业存在的问题

第四节 中国女性内衣行业解决问题的策略分析

第五节 中国女性内衣行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国女性内衣行业需求特点与动态分析

第一节 中国女性内衣行业消费市场动态情况

第二节 中国女性内衣行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 女性内衣行业成本结构分析

第四节 女性内衣行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国女性内衣行业价格现状分析

第六节 中国女性内衣行业平均价格走势预测

一、中国女性内衣行业价格影响因素

二、中国女性内衣行业平均价格走势预测

三、中国女性内衣行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国女性内衣行业区域市场现状分析

第一节 中国女性内衣行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区女性内衣市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区女性内衣市场规模分析

四、华东地区女性内衣市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区女性内衣市场规模分析

四、华中地区女性内衣市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区女性内衣市场规模分析
- 四、华南地区女性内衣市场规模预测

第九章 2017-2020年中国女性内衣行业竞争情况

第一节 中国女性内衣行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国女性内衣行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国女性内衣行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 女性内衣行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国女性内衣行业发展前景分析与预测

第一节 中国女性内衣行业未来发展前景分析

- 一、女性内衣行业国内投资环境分析
- 二、中国女性内衣行业市场机会分析
- 三、中国女性内衣行业投资增速预测

第二节 中国女性内衣行业未来发展趋势预测

第三节 中国女性内衣行业市场发展预测

- 一、中国女性内衣行业市场规模预测
- 二、中国女性内衣行业市场规模增速预测
- 三、中国女性内衣行业产值规模预测
- 四、中国女性内衣行业产值增速预测
- 五、中国女性内衣行业供需情况预测

第四节 中国女性内衣行业盈利走势预测

- 一、中国女性内衣行业毛利润同比增速预测
- 二、中国女性内衣行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国女性内衣行业投资风险与营销分析

第一节 女性内衣行业投资风险分析

- 一、女性内衣行业政策风险分析
- 二、女性内衣行业技术风险分析
- 三、女性内衣行业竞争风险分析
- 四、女性内衣行业其他风险分析

第二节 女性内衣行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国女性内衣行业发展战略及规划建议

第一节 中国女性内衣行业品牌战略分析

- 一、女性内衣企业品牌的重要性
- 二、女性内衣企业实施品牌战略的意义
- 三、女性内衣企业品牌的现状分析
- 四、女性内衣企业的品牌战略
- 五、女性内衣品牌战略管理的策略

第二节 中国女性内衣行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国女性内衣行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 女性内衣行业竞争力提升策略

- 一、女性内衣行业产品差异性策略

- 二、女性内衣行业个性化服务策略
- 三、女性内衣行业的促销宣传策略
- 四、女性内衣行业信息智能化策略
- 五、女性内衣行业品牌化建设策略
- 六、女性内衣行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国女性内衣行业发展策略及投资建议

第一节 中国女性内衣行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国女性内衣行业营销渠道策略

- 一、女性内衣行业渠道选择策略
- 二、女性内衣行业营销策略

第三节 中国女性内衣行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国女性内衣行业重点投资区域分析
- 二、中国女性内衣行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/535282535282.html>