

中国内衣市场供需预测与投资方向研究报告（2013-2017）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国内衣市场供需预测与投资方向研究报告（2013-2017）》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/143161143161.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

近年来，中国内衣行业发展迅速，生产企业近万家，主要集中在珠三角、长三角等产业集聚区域，已成为全球内衣产业增长最快的地区之一。目前，中国内衣年销售额在1000亿元以上，且每年以近20%的速度在增长，中国内衣品牌开始崛起，诸多有影响力的品牌开始在全世界崭露头角。与此同时，众多国际知名内衣品牌希望进入中国市场，中国正在从内衣制造大国向销售大国转移。中国服装业的蓬勃发展有目共睹，无论是生产能力、品牌运作都逐步与国际水平接轨。而与服装市场密不可分的内衣市场，经过多年的培养，恰似一块日渐肥沃的土地，一旦播种，收获在即。可以说，这股势不可挡的商业暗流里，正酝酿着无数的机遇、挑战，是21世纪服装界发展的焦点。

中国报告网发布的《中国内衣市场供需预测与投资方向研究报告（2013-2017）》共九章。首先介绍了内衣相关概述、中国内衣市场运行环境等，接着分析了中国内衣市场发展的现状，然后介绍了中国内衣重点区域市场运行形势。随后，报告对中国内衣重点企业经营状况分析，最后分析了中国内衣行业发展趋势与投资预测。您若想对内衣产业有个系统的了解或者想投资内衣行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

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特性

第二章 2012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 德国塑身内衣市场发展现状

2.1.3 西班牙塑身内衣市场发展现状

2.1.4 日本内衣企业加强与上下游厂商合作

2.1.5 澳大利亚内业呈持续增长态势

2.1.6 英国大码内衣市场需求猛增

2.2 2012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 2012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 中国内衣行业发展势头良好

2.3.3 中国内衣行业发展基本趋势

2.3.4 中国内衣行业产品渐趋理性化

2.4 2012年中国内衣市场发展分析

2.4.1 中国内衣市场发展的主要特点

2.4.2 中国内衣零售市场发展分析

2.4.3 中国内衣网购市场呈现良好态势

2.4.4 中国内衣市场细分进程加快

2.5 2012年重点地区内衣市场发展状况

2.5.1 广东内衣市场分析

2.5.2 浙江内衣市场分析

2.5.3 东北内衣市场分析

2.5.4 湖北内衣市场分析

2.5.5 四川内衣市场分析

2.6 2012年中国内衣市场的品牌分析

2.6.1 中国内衣市场国内外品牌发展态势

2.6.2 国际高端品牌争相发力中国内衣市场

2.6.3 中国内衣品牌与国际品牌差距逐步缩小

2.6.4 中高档内衣品牌发展困境及对策

2.7 2012年内衣市场竞争分析

2.7.1 中外品牌激战中国内衣市场

2.7.2 中国内衣行业品牌竞争升级

2.7.3 中国二线内衣品牌竞争日趋激烈

2.7.4 内衣企业的竞争攻略

2.8 中国内衣行业存在的问题及对策

第三章 2012年内衣细分行业分析

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 女性内衣产品竞争力的核心因素

3.1.4 女性内衣市场区域战略定位

3.1.5 女性内衣市场发展的新趋向

3.2 男士内衣

3.2.1 男士内衣分类

3.2.2 中国男性内衣市场综述

3.2.3 中国男士内衣市场发展势头迅猛

3.2.4 男士内衣品牌发展分析

3.2.5 男士内衣品牌打造策略分析

3.3 保暖内衣

3.3.1 保暖内衣各层面消费者的需求分析

3.3.2 2011年中国保暖内衣市场品牌格局分析

3.3.3 2012年中国保暖内衣市场品牌格局分析

3.3.4 保暖内衣市场的发展措施

3.4 针织内衣

3.4.1 中国针织内衣市场发展状况

3.4.2 国内针织内衣行业发展繁荣

3.4.3 针织内衣机标准出台助力行业发展

3.4.4 从针博会透视中国针织内衣产业方向

3.5 家居服

3.5.1 中国家居服产业发展概况

3.5.2 中国家居服市场状况分析

3.5.3 中国家居服市场存在的问题

3.5.4 猫人引领中国家居服市场进入新时期

3.6 睡衣

3.6.1 中国睡衣市场的品牌体系分析

3.6.2 中国睡衣行业迎来电子商务时代

3.6.3 女性性感睡衣市场有待开发

第四章 2012年内衣市场消费分析

4.1 2012年内衣市场消费概况

4.1.1 消费者内衣品牌观念分析

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 2012年内衣消费者分析

4.2.1 内衣消费的目的

4.2.2 内衣消费者的服饰观与分类

4.2.3 内衣消费者购买行为分析

4.2.4 影响消费者购买行为的因素

4.2.5 内衣的消费心理及营销措施

4.3 2012年中国女性体型及内衣消费特点研析

4.3.1 不同年龄段的女性体型变化概述

4.3.2 不同地区女性的体型特征差异

4.3.3 不同地区女性的内衣消费偏好

4.3.4 女性内衣消费特点调查分析

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 少女内衣市场发展潜力巨大

4.4.3 女性内衣市场消费趋势

第五章 2012年内衣进出口贸易分析

5.1 国内外内衣的分类、标准差异

5.1.1 内衣类产品的分类比较

5.1.2 中美内衣类产品标准的比较分析

5.1.3 中欧内衣类产品标准的比较分析

5.1.4 中日内衣类产品标准的比较分析

5.2 部分国家内衣进口情况

5.2.1 美国

5.2.2 欧盟

5.2.3 日本

5.2.4 俄罗斯

5.3 中国内衣出口状况分析

5.3.1 总体出口情况

5.3.2 出口市场分析

5.3.3 出口货源地分析

5.4 2012年中国内衣行业出口的SWOT分析

5.4.1 内衣出口优势分析

5.4.2 内衣出口劣势分析

5.4.3 内衣出口机会分析

5.4.4 内衣出口威胁分析

5.5 2012年中国内衣出口的问题及对策探讨

第六章 2012年内衣区域产业发展概况

6.1 浙江

6.1.1 浙江义乌无缝内衣外贸出口良好发展

6.1.2 浙江海宁内衣行业发展渐入佳境

6.1.3 浙江温州内衣行业的“拆围”战略分析

6.2 广东汕头

6.2.1 2011年广东汕头针织内衣出口情况

6.2.2 2012年汕头潮阳潮南区内衣出口平稳发展

6.2.3 广东汕头领跑中国家居服产业发展

6.2.4 广东汕头潮南区内衣产业兴旺发展

6.3 江阴顾山镇

6.3.1 顾山镇内衣产业发展现况

6.3.2 顾山镇内衣产业发展的优势

6.3.3 顾山镇推进内衣产业集群发展的战略举措

6.4 南海盐步

6.4.1 盐步成立国内首个内衣行业联盟

6.4.2 2011年盐步内衣行业发展状况

6.4.3 2012年“盐步内衣”集体商标申报成功

6.4.4 盐步内衣行业发展的的问题及对策

6.5 深圳

6.5.1 深圳内衣行业发展现状

6.5.2 2012年深圳内衣行业协会成立

6.5.3 深圳内衣行业应当加强聚集效应

6.5.4 内衣产业将成为深圳服装业最强大的生力军

6.6 中山

6.6.1 中山内衣行业谋求发展与突破

6.6.2 中山小榄镇内衣行业发展现状

6.6.3 中山男士内衣积极应对挑战寻求突围路径

第七章 2012年内衣行业营销分析

7.1 内衣营销发展概况

7.1.1 内衣行业营销的基本因素分析

7.1.2 中国内衣市场的营销模式

7.1.3 中国内衣企业已走向营销创新

7.2 内衣行业销售渠道分析

7.2.1 中国内衣销售渠道的构成

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 淡季内衣营销的策略分析

7.3.4 内衣品牌国际化营销通道

7.3.5 内衣品牌规划及营销战略

7.3.6 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 婷美中科暖卡营销案例

7.5.2 AB内衣产品营销变迁

7.5.3 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

8.1.6 欧迪芬

8.2 国内胸衣品牌

8.2.1 爱慕

8.2.2 曼妮芬

8.2.3 百利安

8.2.4 桑扶兰

8.2.5 古今

8.3 针织、保暖品牌

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 内衣行业发展前景及趋势

9.1 国际内衣发展前景展望

9.1.1 国际针织内衣及睡衣市场规模预测

9.1.2 亚洲内衣市场发展潜力无限

9.1.3 国际内衣流行趋向分析

9.2 中国内衣行业发展趋势预测

9.2.1 2015年中国内衣行业预测分析

9.2.2 高性能运动内衣市场前景乐观

9.2.3 内衣市场的竞争趋势与产品趋势分析

9.2.4 美体内衣市场的未来发展分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/143161143161.html>