2008年中国内衣行业研究咨询报告

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《2008年中国内衣行业研究咨询报告》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：http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2823828238.html

报告价格：电子版: 6300元　纸介版：6800元　电子和纸介版: 7300

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

内容简介2007年，对于常规内衣企业来说，规模化、差异化取胜已经成为一种必然趋势。企业要么就做大做强，以规模来造就优势，要么就大胆进行创新，利用差异化的战略来打开局面。2007年，莫代尔、大豆纤维等将和棉料一样，成为内衣中的主流产品面料。这些高科技产品经过几年的时间验证，通过工艺的不断调整改进，如今应用技术已经基本成熟，它们比棉产品穿着更舒适，拥有更好的手感，因为，在讲究生活品质的今天，畅销也会是必然的。甚至，以莫代尔原料等制成的内裤产品，也将是2007年的热销产品。随着经济水平的提高，空调暖气等让人们离冬天越来越遥远，舒适将成为选择内衣的首选，所以，2007年，薄型内衣产品将走俏市场，比如广东品牌欧莉娅已经打出了“薄型内衣专家”的口号。珊瑚绒、智能纤维产品等则有可能会成为行业新热点。2007年，无缝内衣行业的洗牌将继续，大浪淘沙，留下来将是一些具备一定生产规模、具备一定品牌意识、拥有自主产品开发设计能力、品牌形象较好的比较成熟的企业，经营不善的企业只能退出这片市场。而有些企业则会转型专业从事外销加工的工作。行业整体发展将会趋向理性，生存下来的企业将更加务实。2007年，无缝企业自主创新能力将进一步加强，比如无缝保暖、无缝家居等产品会日渐成熟。2007年，更多的家居服品牌将涌现。企业设计、营销创新能力会普遍增强。比如深圳凯迪集团旗下的新世家族品牌，仅用5年时间，就进入了家居服品牌第一阵营，算得上是一匹不折不扣的黑马，其产品设计已形成了自身的风格。2007年，由于进入门槛比较高，高端文胸这一块市场仍旧会比较稳定，很难有新的品牌来撼动他们的地位。而一些国际大品牌还只是在国内市场试水，在局部地区开设一些专卖店或专柜，而有些国际品牌则是通过授权国内经销商运作的，一时之间还难成什么气候，也不会成为她们的竞争对手。文胸市场最大的竞争层面应该会转移到中低端市场，主流价格在30~80元之间的品牌会越来越多。为谋求生存，做流通的企业开始纷纷向品牌化运作转型。2007年，保暖内衣行业整体将继续衰落。早期保暖内衣营销手法的本质是类似保健品等的操作模式，利用新产品的高利润，用高投入来追求高回报，属于一种赚快钱的短期行为，当行业的利润率回归到大众产品的利润时，行业就必然要进入衰退期了。2007年的保暖内衣品牌大多会进行经营转型，或者进入其他行业，来寻找新的利润增长点，或者拓宽自身产品线，通过产品的延伸来增强终端的销售力，比如推出内裤、背心、家居服产品等。本研究咨询报告依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国服装协会、中国纺织工业协会、全球纺织、中国行业研究网以及国内外相关刊物的基础信息，对我国内衣行业的发展现状及发展特点、供给与需求状况、进出口贸易变化、竞争格局等进行了详细的分析。论述了内衣行业的生产规模以及区域分布情况，重点突出了内衣业的生产和销售状况、外贸进出口形势、市场供求状况，以及面对国际市场竞争形势，中国服装业应采取的应对措施。本报告根据内衣业细分的主要产品类别，如女式内衣、男式内衣、保暖内衣、情趣内衣、家居服装等进行系统地分析，同时就重点省市和领先品牌发展状况、市场策略、竞争优势进行了详细论述。本报告撰写小组为了解内衣行业状况

，进行了广泛的市场调查，并对重点内衣企业进行考察访谈。本报告内容丰富、数据详细，在撰写的过程中，运用了大量的图、表，分析深入、透彻，且有独到的见解，是内衣生产、贸易、零售、纺织企业等相关单位准确了解目前内衣行业发展现状，把握行业发展趋势，制定发展战略（进入、退出、整合、升级等），规避风险，投资、决策的有力助手。目录CONTENTS

第一部分　行业发展分析第一章　内衣定义及内衣行业投资性分析　1第一节　内衣行业相关定义及分类 1一、根据内衣不同品种来划分 1二、根据内衣制造的面料来划分 2三、根据内衣的功能来划分　2四、根据穿着的不同场合来划分　3第二节　内衣行业特征和投资特性分析　4一、内衣行业特征　4二、内衣行业投资特性　6第二章　我国服装行业发展分析　10第一节　服装业发展现状分析 10一、2007年纺织品服装业将遭遇洗牌压力
10二、2007年纺织机械助推纺织服装行业升级改造
11三、2007中国服装向纵深发展面临新一轮洗牌　13四、服装产业研发创新有待提高 14五、2007年纺织服装业142个产品成为“中国名牌”　16第二节　2007年我国服装市场销售情况分析　24一、2007年纺织服装业销售情况分析 24二、内需成为中国纺织品服装的主要市场　26三、10大城市服装品牌消费调查分析 27第三节　2007年我国服装行业发展趋势　30一、2007年服装行业发展趋势与对策 30二、创新抓住未来服装市场的消费主体
31三、纺织服装专业市场与产业集群的互动发展新趋势
33四、2007年中国成衣业发展趋势剖析　36第三章　内衣行业发展分析　45第一节　全球内衣业发展概述　45一、世界内衣业发展历程　45二、国际内衣业特征分析 46三、国际内衣市场最新动向　47四、国内外的运动胸衣发展情况分析　49第二节　2007年内衣行业现状分析　54一、行业从无序走向规范　54二、竞争从产品走向品牌 55三、营销从单点走向系统　56四、2007年内衣营销走向分析　57第三节　中国内衣行业发展现状　58一、中国内衣行业的发展回顾　58二、内衣市场销售规模 60三、中国内衣发展与时俱进　62第四节　2007年中国高档女性内衣市场与销售特征分析 64一、从成熟市场看女性内衣发展过程　64二、女性内衣的消费者特征变化 64三、渠道模式是内衣企业构建高盈利的关键点　65四、女性内衣发展趋势 66五、从内衣的市场趋势看中国企业胜出之道　67第五节　2007年中国内衣行业展望 68一、2007中国内衣销售市场分析 68二、未来将解决针织内衣业统一数据和尺码标准问题 72三、中国内衣行业出路分析　72四、内衣市场消费品牌分析 75五、2007年内衣业的发展趋势　76第四章　内衣重点生产区域分析　83第一节　珠三角内衣行业分析　83一、珠三角内衣行业扬帆远航 83二、广东内衣从产业集聚到品牌集聚　86第二节　广东南海盐步内衣业 94一、广东省南海市盐步概况 94二、五大优势凸显“中国内衣名镇” 97第三节 深圳内衣业 98一、百余内衣品牌扎堆深圳　98二、深圳内衣品牌分析　100三、深圳内衣品牌傲首国内

102第四节 浙江义乌内衣业 105一、义乌成为全国最大的无缝内衣生产基地
105二、全球最大内衣厂将在义乌出现 106三、义乌内衣企业成创牌重点行业 107第五节
温州内衣业 109一、温州内衣企业营销策略分析 109二、温州睡衣市场品牌化趋势所向
110第六节 其他地区内衣业 112一、河南内衣市场特色升级分析
112二、石家庄南三条崛起“中国内衣第一城” 114第二部分 市场现状分析第五章
内衣各细分市场 119第一节 女式内衣 119一、女性内衣市场分析
119二、全国各地女士内衣市场品牌占有率 123三、女性高端内衣竞争步入技术年
128第二节 男式内衣 130一、男式内衣市场告别集体无诉求时代
130二、男士内衣市场在逐渐崛起 132三、男士内衣市场发展特点分析
132四、男性内衣市场竞争策略 133第三节 保暖内衣 138一、2007保暖内衣市场分析
138二、2007年保暖内衣市场的理性变革 143三、2007年保暖内衣品牌调查报告
147四、2007年保暖内衣渠道趋向稳定 150五、2007年保暖内衣行业的又一次征程
156第四节 情趣内衣市场发展特点分析 160一、中国情趣内衣市场分析
160二、“情趣内衣”成内衣行业隐形冠军 161三、国外情趣内衣展现个性 162第五节
家居服市场 163一、2007年家居服消费市场处于初步认知阶段
163二、2007年家居服市场分析 168三、家居服市场潜力巨大
171四、中国家居服市场今后的发展方向 172五、个性化家居服是潮流的必然趋势
177第六节 无缝内衣业 178第六章 中国内衣产品进出口市场分析 181第一节
2007年我国服装进出口情况分析 181一、2007年全国纺织品服装进出口概况
181二、2007年内衣出口分析 187第二节
2007年我国非针织或非钩编类内衣产品进出口数据
191一、2007年我国非针织或非钩编男内衣进口数据
191二、2007年我国非针织或非钩编男内衣出口数据
196三、2007年我国非针织或非钩编女内衣进口数据
200四、2007年我国非针织或非钩编女内衣出口数据 204第三节
2007年我国针织或钩编类内衣产品进出口数据
208一、2007年我国针织或钩编男内衣进口数据
208二、2007年我国针织或钩编男内衣出口数据
212三、2007年我国针织或钩编女内衣进口数据
216四、2007年我国针织或钩编女内衣出口数据 227第四节
未来我国服装出口前景及对策分析 237一、我国纺织服装业出口贸易遇最佳发展期
237二、2007年输欧纺织品服装配额销售情况
241三、2007-2008年后纺织服装贸易形势及对策分析 242第五节 主要出口市场分析
244一、日本 244二、香港 245三、欧盟 245四、法国 249五、美国 250六、韩国
256七、俄罗斯 257八、乌克兰 258第三部分 消费者及需求分析第七章 内衣消费者分析

261第一节 内衣目标市场构成分析 261一、内衣目标市场构成
261二、都市女性内衣趋于高档 265第二节 内衣消费者购买行为分析
266一、消费者购买行为类型 266二、影响消费者购买行为的因素
272三、内衣购买行为分析 275第三节 都市人内衣消费习惯和观念调查
280一、专卖店是品牌消费的主力场所 281二、品牌和面料为消费者购买的主要考虑因素
281三、新颖时尚和个性成为内衣风格变化的三要素
282四、对异性穿着的欣赏成为时尚个性内衣流行的源动力
283五、结识新异性是时尚个性内衣需求的新亮点 284六、内衣消费渐趋品牌化
285七、内衣款式应朝新颖时尚和个性化方向发展
285八、消费者期待个性内衣品牌市场分析 285第四节 内衣的消费心理
288一、消费心理分析 288二、青年的消费心理特征及对企业营销的启示
290三、中年女性消费行为特点与营销策略 295第五节 内衣消费者购买偏好分析
299一、男性购买内衣偏好分析 299二、国内四大城市内衣穿着取向调查
302三、纯棉内衣最受众消费者青睐 302第八章 内衣市场需求分析 305第一节
影响内衣需求的因素分析 305一、内衣需求的特点 305二、影响内衣需求的因素 307第二节
消费者收入分析 319一、2007年居民生活和消费预测 321二、2007年居民消费价格预计
322第三节 内衣需求发展趋势 322一、内衣消费需求分析
322二、内衣消费续增发展潜力巨大 323第四部分 行业竞争分析第九章
内衣市场销售渠道分析 329第一节 中国内衣销售渠道 329一、传统内衣销售渠道
329二、内衣市场呼唤新的营销模式 331三、新兴内衣销售渠道
333四、内衣专卖将是内衣业发展的必然趋势 334第二节 国外内衣销售渠道
336一、中外内衣销售基本方式的对比 336二、欧洲品牌内衣销售方式
338三、美国服装零售系统给中国内衣企业的借鉴 339第十章 营销策略分析 344第一节
内衣营销策略分析 344一、竞争导向的营销策略 344二、客户导向的营销策略
345三、品牌导向的营销策略 345第二节 内衣品牌营销五大经营战略方针
347一、知己知彼、百战不殆 347二、避实就虚、攻击软肋 348三、快速强攻、先发制人
349四、以强攻弱、集中攻击 350五、抢位营销、量力而行 350第三节
品牌扩建市场份额策略 352一、广告宣传 352二、专卖店的形象建设 353三、事件宣传
353四、参与服装交易会 353第四节 内衣企业营销创新策略 354一、渠道的创新
355二、终端的创新 355三、设计创新 356第五节 内衣连锁专卖营销策略
356一、内衣连锁终端的机会分析 359二、内衣连锁终端趋势走向分析
360三、内衣连锁终端格局分析 361四、内衣连锁终端零售分析 364第十一章
内衣市场竞争格局及主要品牌分析 368第一节 内衣品牌现状
368一、内衣行业品牌现状分析 368二、2006年度内衣优势品牌及企业分析
371三、2007年中国内衣市场国际化竞争情况预测 372四、各大内衣品牌广州市场调查报告

375五、打造内衣品牌正当时 379第二节 国际著名品牌分析 382一、欧迪芬 382二、康妮雅 383三、黛安芬 383四、安莉芳 384五、奥黛莉 385第三节 国内著名品牌分析 385一、宜而爽 385二、三枪 385三、爱慕 386四、婷美 387五、古今 387六、AB 388七、桑扶兰 388八、美思 389九、南极人 389十、红豆 390十一、康奈 393十二、浪莎 395第四节 内衣品牌发展策略 400一、内衣品牌规划之品牌战略方针实施 400二、内衣企业如何提高品牌忠诚度 404三、内衣品牌国际化运作十条通路 423第五节 二、三线内衣品牌迅速突围向前发展策略 428一、二三线品牌依靠事件营销突围 428二、二三线品牌依靠产品创新突围 429三、二三线品牌依靠概念创新突围 431四、二三线品牌依靠消费者延伸突围 432五、二三线品牌依靠比附高知名度事物突围 433第六节 “名门闺秀”高端内衣的新蓝海战略分析 434一、准确把脉行业现状后清晰定位内衣高端
434二、革命性的“私衣”概念天才般的“名门私衣” 436三、华丽的终端超越 437四、私衣专家是内衣顾问式营销国内第一人 438五、市场推广的超越 439第五部分 行业发展趋势第十二章 行业发展趋势分析 445第一节 中国内衣行业的发展趋势分析 445一、内衣新产品开发方向 445二、内衣面料开发趋势 446三、内衣行业色彩流行趋势 446四、内衣企业的国际化趋势 448第二节 内衣目标市场发展趋势 448一、女性内衣市场 448二、男性内衣市场 450三、儿童内衣市场 452第三节 内衣流行趋势 453一、内衣的流行特点 453二、2007欧洲内衣流行趋势 454三、2007年内衣流行趋势 455第四节 2007及未来几年内衣行业发展策略 459一、国内内衣市场格局 459二、针织内衣发展方向 460三、保暖内衣发展策略 462四、塑身内衣发展策略 463五、文胸企业发展策略 464六、内衣企业突破发展瓶颈策略 466图表目录图表：2007年中国名牌纺织服装类产品名单
16图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据华北地区前十位品牌综合市场占有率
123图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据东北地区前十位品牌综合市场占有率
124图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据华东地区前十位品牌综合市场占有率
124图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据中南地区前十位品牌综合市场占有率
125图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据西北地区前十位品牌综合市场占有率
125图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据西南地区前十位品牌综合市场占有率
126图表：2006年9月大型商场女士内衣销售中南地区前十位品牌综合市场占有率
126图表：2006年9月大型商场女士内衣销售西南地区前十位品牌综合市场占有率
127图表：2006年9月大型商场女士内衣销售西北地区前十位品牌综合市场占有率
127图表：2006年9月大型商场女士内衣销售华东地区前十位品牌综合市场占有率
128图表：2006年中国纺织品服装出口地区分布图
181图表：2007年7月我国纺织品进口统计 182图表：2007年7月我国纺织品出口统计
183图表：2001-2007年各年1-7月纺织服装进出口对比

185图表：2001-2007年纺织服装出口对比
185图表：2007年1-7月我国纺织服装出口各类企业所占比重
186图表：2007年1-7月我国粤浙苏沪鲁闽六省市出口金额
187图表：2007年1-7月我国纺织服装出口的主要地区构成
187图表：2001-2006年内衣出口对比图　　188图表：2006年内衣产品出口数据分析
189图表：2007年1-5月我国内衣出口创汇前6省市
191图表：2007年1月我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
191图表：2007年2月我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
192图表：2007年3月我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
192图表：2007年一季度我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
192图表：2007年4月我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
193图表：2007年5月我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
193图表：2007年6月我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
193图表：2007年二季度我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
194图表：2007年7月我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
194图表：2007年8月我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
195图表：2007年三季度我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
195图表：2007年1月我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
196图表：2007年2月我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
196图表：2007年3月我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
197图表：2007年一季度我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
197图表：2007年4月我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
197图表：2007年5月我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
198图表：2007年6月我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
198图表：2007年二季度我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
199图表：2007年7月我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
199图表：2007年8月我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
199图表：2007年三季度我国非针织或非钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据200图表：2007年1月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据 200图表：2007年2月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据 201图表：2007年3月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据　201图表：2007年一季度我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据 201图表：2007年4月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据 202图表：2007年5月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据 202图表：2007年6月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、

晨衣等进口数据　202图表：2007年二季度我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据 203图表：2007年7月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据 203图表：2007年8月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据　203图表：2007年三季度我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据 204图表：2007年1月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据 204图表：2007年2月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据 205图表：2007年3月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据　205图表：2007年一季度我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据 205图表：2007年4月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据 206图表：2007年5月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据 206图表：2007年6月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据　206图表：2007年二季度我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据 207图表：2007年7月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据 207图表：2007年8月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据　207图表：2007年三季度我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
208图表：2007年1月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
208图表：2007年2月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
209图表：2007年3月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
209图表：2007年一季度我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
209图表：2007年4月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
210图表：2007年5月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
210图表：2007年6月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
210图表：2007年二季度我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
211图表：2007年7月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
211图表：2007年8月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
211图表：2007年三季度我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
212图表：2007年1月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
212图表：2007年2月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
213图表：2007年3月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
213图表：2007年一季度我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
213图表：2007年4月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
214图表：2007年5月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
214图表：2007年6月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
214图表：2007年二季度我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据

215图表：2007年7月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
215图表：2007年8月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
215图表：2007年三季度我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
216图表：2007年1月我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
216图表：2007年2月我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
217图表：2007年3月我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
218图表：2007年一季度我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
219图表：2007年4月我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
220图表：2007年5月我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
221图表：2007年6月我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
222图表：2007年二季度我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
223图表：2007年7月我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
224图表：2007年8月我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
225图表：2007年三季度我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据
226图表：2007年1月我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
227图表：2007年2月我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
228图表：2007年3月我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
229图表：2007年一季度我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
230图表：2007年4月我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
231图表：2007年5月我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
232图表：2007年6月我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
233图表：2007年二季度我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
234图表：2007年7月我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
235图表：2007年8月我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
236图表：2007年三季度我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据
237图表：2005-2006年7月欧元区市场纺织品服装消费走势
246图表：2001-2006年5月欧洲从世界进口纺织品服装情况
246图表：2001-2006年5月欧洲纺织品服装进口五大来源——进口增速
247图表：2006年1-5月欧洲纺织品服装进口价格变化
248图表：2006年1-6月对欧洲重点监测部分产品情况
248图表：2006年1-11月美国从中国进口纺织品服装分产品进口统计
255图表：2006年1-11月美国服装进口按进口金额排列前五名的国家和地区
256图表：2006年1-11月美国服装进口按进口数量排列前五名的国家和地区
256图表：2005年人口主要构成情况
261图表：购买行为的4种类型
268图表：消费者购买一次内裤的时间间隔
275图表：男女性消费者购买内裤档次比较

275图表：不同年龄段消费者购买内裤时间间隔比较
276图表：不同年龄消费者购买内裤的平均时间间隔 277图表：内衣品牌知晓度
277图表：内衣购买时机 278图表：影响内衣购买的因素 278图表：内衣款式偏好
278图表：内衣面料偏好 279图表：内衣色彩偏好 279图表：内衣价格偏好
279图表：男性的内衣消费购买时机调查情况 300图表：男性的内衣消费购买因素调查情况
300图表：男性的内衣消费对面料要求调查情况 301图表：男性对内衣颜色的偏好
301图表：女性对内衣颜色的偏好: 301图表：女性内衣风格的偏好
302图表：2000-2005年城镇居民家庭人均可支配收入
319图表：不同月收入消费者购买内裤档次比较
320图表：不同月收入消费者购买内裤场所比较
321图表：2007年5月居民消费衣着类价格指数统计
322图表：现阶段中国内衣销售渠道构成图 331图表：服装代销与买断之比较
341图表：广州市场最有影响力品牌排名 376图表：广州市场铺货率较高的品牌排名
376图表：广州市消费者调研报表 377图表：广州市内衣商标色彩调查结果
378图表：广州市内衣商标其它调查结果 378

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2823828238.html