

中国女性内衣行业现状深度研究与发展前景分析 报告（2022-2029年）

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《中国女性内衣行业现状深度研究与发展前景分析报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202206/599284.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

女性内衣一般是指专门为女士所设计的紧贴皮肤穿着或衬于外衣以下穿着的贴身服饰，包括文胸、保暖内衣、内裤、泳装、家居服、袜子等。

目前文胸是最主要的细分品类，2020年占比在50%左右。因此在本文中，所讲的女性内衣也主要是中的文胸产品。

数据来源：观研天下整理

需求群体庞大

内衣属于消耗品。而目前我国女性内衣拥有庞大的需求群体。数据显示，2021年我国女性人口数量超过6.88亿，达到了68949万人，较上年增加了94万人，占总人口的48.81%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

受益于庞大的需求群体，我国女性内衣需求保持稳定增长，2016—2020年，中国女性内衣市场的需求量从117.8亿件上升至172.1亿件。且在“她经济”的浪潮下，消费者不断增长的多元化需求也为内衣行业注入了新的活力。从2022年一季度抖音内衣裤袜细分类目销售额及销售额市占率同比增速情况来看，睡衣、女士内衣、内裤、袜子占据头部位置，共包揽近八成的市场份额；其中，睡衣、袜子增长乏力，市占率有所缩窄；女士内衣、内裤持续火爆，市占率同比分别增长97%、224%。基于小基数增长红利以及对小胸聚拢调整的关注，针对特定人群的少女文胸呈现高增长态势，市占率同比增长1209%。

市场规模整体保持稳定增长

2018-2021年，我国女性内衣市场规模整体保持稳定增长。虽然在2020年行业受疫情影响出现负增长，市场规模约为1239亿元，但随后2021年行业开始回暖，实现增量达到1275亿元。预计未来我国女性内衣市场规模仍将保持相对稳定的增长趋势，预计到2023年将达到1406亿元。

数据来源：观研天下整理

其中软钢圈内衣与通杯尺码内衣是市场上较为主流产品。有数据显示，按承托方式分，软钢圈内衣市场份额55%；钢圈内衣市场份额30%；非钢圈内衣市场份额15%。按尺码颗粒度分，通杯尺码内衣市场份额50%；传统尺码内衣市场份额38%；无尺码内衣市场份额12%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

“新舒适主义”、“悦己风”等盛行，舒适感取代性感成为内衣产品的重要标签

近年来随着“新舒适主义”、“悦己风”等潮流的盛行，女性内衣市场步入了全新时代，舒适感取代性感成为内衣产品的重要标签，消费者越来越重视内衣舒适度。比如主打舒服无痕的U bars，2021年连续霸榜天猫“双11”和“618”内衣榜第一；同时，在背心式文胸热销榜、无痕文胸好评榜中位居第一位。

另外根据唯品会近日披露的销售数据显示，2022年开年至今，“无钢圈内衣”搜索量同比增长38%，“无尺码内衣”搜索量同比增长64%；“无感”、“无痕”、“基本款”、“背心式”等关键词取代“聚拢”、“提升”，成为内衣品类需求热词。而内衣行业一直是个高毛利行业，因此在保证利润的前提下，谁能抓住消费者的心，就可从激烈的竞争中拔得头筹。

此外根据2022年消费者在内衣产品的购买决策因素来看，材质面料质感好、舒适透气是主要因素，占34.9%；其次为满足用户功能性需求与版型贴合身材、穿着合适，分别占有33.1%、32.3%。因此品牌方需要通过不断提升内衣产品品质、满足用户功能性等多样需求，构筑竞争壁垒。

数据来源：观研天下整理

新锐品牌借势崛起

在她经济的浪潮下，女性主流审美观念逐渐由性感意识向自我意识转变，新生代女性消费者更加注重个性和情感表达，对新产品的尝鲜意愿更强。与此同时随着人们消费观念的转变，独立意识的提升，女性更加注重自己的感受，让传统内衣品牌曾经主打“性感”这张王牌已不显灵，内衣的选择不再是受到束缚、注重性感，受众对身材有追求但更加独立和自信，更注重健康和自在，实现从悦他主义到悦己主义的转变。国内内衣市场从性感至上、以钢圈聚拢功能为王，转化为在无尺码、无缝、大/小胸专用款等细分领域均有品牌重点布局，不仅能够符合不同消费需求，市场进入一轮深度洗牌。

而随着消费动力从外部社交压力推动转变为主动享受消费过程中的社交乐趣，一众主打简约、舒适标签的新锐内衣品牌兴起。2010年以来以Ubras、蕉内、内外、奶糖派等为代表的新锐内衣品牌借势崛起。例如奶糖派在2020年销售额突破1个亿，2021年又获天猫大杯文胸销量TOP1；Ubras的2020年全年销售额超过10亿元，并于2020年双11位居天猫内衣品类第一名。2021年11月1日—3日，Ubras总成交额超3亿元。

短短几年时间时间内，以Ubras、蕉内、内外、奶糖派等为代表的新锐内衣品牌就杀出重围和老内衣品牌们争抢市场份额。有相关资料显示，5年前每年双11稳定占据天猫内衣品牌销售前几名的基本都是都市丽人、爱慕、优衣库等传统内衣品牌。但经过几年市场洗牌，2021年双11的天猫内衣销售榜已由Ubras、蕉内、内外占据高位。尤其是主打舒服无痕的Ubras，2021年连续霸榜天猫“双11”和“618”内衣榜第一。

2016-2021年双11的天猫内衣销售榜前十情况 排名 2016年 2017年 2019年 2020年 2021年
1 歌瑞尔 优衣库 南极人 UBRAS UBRAS 2 曼妮芬 歌瑞尔 优衣库 BANANAIN蕉内

BANANAIN蕉内 3 三枪 曼芬妮 恒源祥 优衣库 优衣库 4 猫人 猫人 曼妮芬 芬腾 neiwai内外
5 爱慕 三枪 猫人 曼妮芬 猫人服饰 6 芬腾 芬腾 芬腾 Gukoo果壳 曼妮芬 7 优衣库 爱慕 浪莎
红豆 芬腾 8 PLAYBOY 黛安芬 BANANAIN蕉内 爱慕 爱慕 9 都市丽人 PLAYBOY 三枪 浪莎
有棵树 10 黛安芬 都市丽人 歌瑞尔 歌瑞尔 Gukoo果壳

数据来源：天猫数据，观研天下整理

传统内衣企业纷纷进行业务调整

随着人们消费观念的转变，独立意识的提升，女性更加注重自己的感受，让传统内衣品牌曾经主打“性感”这张王牌已不显灵。而这也使得传统内衣企业的营收与毛利则增长缓慢或处于下滑状态。例如安莉芳财报显示，2018—2020年，安莉芳的总营收从21.48亿元直线下降至13.89亿元，毛利也从17.17亿元下降至9.95亿元。都市丽人利润不断下降，到2021年连续第三年亏损。根据财报显示，2021 年公司营收 33.6 亿元，同比增长9.7%，亏损达到4.94亿元。

数据来源：公司财报，观研天下整理

数据来源：公司财报，观研天下整理（WW）

在此背景下，为应对市场带来的挑战。传统内衣企业纷纷进行业务调整。例如都市丽人人于2019年将代言人换成关晓彤，在2020年6月启动“二次创业”，并在今年4月推出柔心杯、零感内衣、无尘棉家居服、高弹裤四款新品。汇洁股份则与明星、时尚博主等KOL合作，在各大社交媒体平台进行“种草”，并与薇娅直播间合作寻求破圈效应。浪漫春天通过门店社群引导会员关注线上店铺新款，各门店还为周边社区老会员提供送货到家服务。针对习惯网购的年轻消费群体，浪漫春天会专门组建团队研发新品。

观研报告网发布的《中国女性内衣行业现状深度研究与发展前景分析报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022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、女性内衣特点分析
- 三、女性内衣行业基本情况介绍
- 四、女性内衣行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 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

第三节 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

第二章 2018-2022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规模与区域分布情况

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 2022-2029年世界女性内衣行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球女性内衣行业市场规模预测

第三章 中国女性内衣行业产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

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

第二节我国宏观经济环境对女性内衣行业的影响分析

第三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

三、主要行业标准

第四节政策环境对女性内衣行业的影响分析

第五节中国女性内衣行业产业社会环境分析

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

一、影响中国女性内衣行业市场规模的因素

二、中国女性内衣行业市场规模

三、中国女性内衣行业市场规模解析

第三节中国女性内衣行业供应情况分析

一、中国女性内衣行业供应规模

二、中国女性内衣行业供应特点

第四节中国女性内衣行业需求情况分析

一、中国女性内衣行业需求规模

二、中国女性内衣行业需求特点

第五节中国女性内衣行业供需平衡分析

第五章 中国女性内衣行业产业链和细分市场分析

第一节中国女性内衣行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、女性内衣行业产业链图解

第二节中国女性内衣行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对女性内衣行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对女性内衣行业的影响分析

第三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

第六章 2018-2022年中国女性内衣行业市场竞争分析

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格局分析

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竞争特征分析

一、企业区域分布特征

- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国女性内衣行业模型分析

第一节中国女性内衣行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国女性内衣行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国女性内衣行业SWOT分析结论

第三节中国女性内衣行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022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、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、中国女性内衣行业平均价格趋势分析
- 二、中国女性内衣行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国女性内衣行业所属行业运行数据监测

第一节中国女性内衣行业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行业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行业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

第十章 2018-2022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析

- 一、影响女性内衣行业区域市场分布的因素
- 二、中国女性内衣行业区域市场分布

第二节中国华东地区女性内衣行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区女性内衣行业市场分析
 - (1) 华东地区女性内衣行业市场规模
 - (2) 华南地区女性内衣行业市场现状

(3) 华东地区女性内衣行业市场规模预测

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、华中地区女性内衣行业市场分析

(1) 华中地区女性内衣行业市场规模

(2) 华中地区女性内衣行业市场现状

(3) 华中地区女性内衣行业市场规模预测

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、华南地区女性内衣行业市场分析

(1) 华南地区女性内衣行业市场规模

(2) 华南地区女性内衣行业市场现状

(3) 华南地区女性内衣行业市场规模预测

第五节华北地区女性内衣行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区女性内衣行业市场分析

(1) 华北地区女性内衣行业市场规模

(2) 华北地区女性内衣行业市场现状

(3) 华北地区女性内衣行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区女性内衣行业市场分析

(1) 东北地区女性内衣行业市场规模

(2) 东北地区女性内衣行业市场现状

(3) 东北地区女性内衣行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区女性内衣行业市场分析

(1) 西南地区女性内衣行业市场规模

(2) 西南地区女性内衣行业市场现状

(3) 西南地区女性内衣行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区女性内衣行业市场分析

(1) 西北地区女性内衣行业市场规模

(2) 西北地区女性内衣行业市场现状

(3) 西北地区女性内衣行业市场规模预测

第十一章 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、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029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 中国女性内衣行业规模发展预测

- 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

第十三章 2022-2029年中国女性内衣行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 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

第二节 女性内衣行业风险分析

- 一、女性内衣行业宏观环境风险

二、女性内衣行业技术风险

三、女性内衣行业竞争风险

四、女性内衣行业其他风险

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

第十四章 2022-2029年中国女性内衣行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国女性内衣行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国女性内衣行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 女性内衣行业营销策略分析

一、女性内衣行业产品策略

二、女性内衣行业定价策略

三、女性内衣行业渠道策略

四、女性内衣行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202206/599284.html>