

2021-2026年中国女性内衣行业发展监测及投资战略 规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国女性内衣行业发展监测及投资战略规划研究报告》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：<https://www.huaon.com/channel/clothing/663203.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

内衣即广义的贴身服饰，是指紧贴皮肤穿着或衬于外衣以下穿着的服饰，女士内衣包括文胸、内裤、保暖衣、家居服、运动装、泳装、袜子等。按功能可分为矫形内衣、保健内衣及装饰内衣。

随着女性经济能力的提升和自我意识的加强，我国女性内衣行业相较其他国家而言正处于较快成长阶段，纵观全球现代女性内衣发展史已步入百年，但我国女性内衣品牌企业的起步整体晚于欧洲、美国及日本的品牌企业，并且品牌集中度低于国外市场，竞争更为激烈。2012-2019年我国女性内衣市场零售额由1009亿元增长到1696亿元，年复合增长率达到7.7%。在疫情的影响下，预计2020年我国女性内衣市场零售额为1781亿元，增速较2019年将有所下降。

2012-2020年我国女性内衣市场零售额及增速情况

尽管近几十年来中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，随着国内女性对内衣消费意识的觉醒、消费观念的国际化接轨和国民消费能力的提升，我国女性内衣人均消费金额将持续增加，国内女性内衣市场也将有巨大的发展空间。

全球主要国家女性内衣人均消费金额对比情况

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。

报告目录：

第一章 女性内衣行业运行情况

第一节 女性内衣行业运行情况

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

三、占GDP的比重

四、分布情况

第二节 女性内衣行业供给分析

一、需求变化因素

二、厂商产能因素

三、原料供给状况

四、技术水平提高

五、政策变动因素

第三节 女性内衣行业需求分析

一、下游行业的发展

二、产品价格因素

三、产品替代因素

四、关联行业发展因素

第二章 女性内衣行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济形势分析

一、国民生产总值

二、工业生产与效益

三、固定资产投资

四、对外贸易与利用外资

五、消费与物价

第二节 国内宏观调控政策分析

第三节 国内女性内衣行业政策分析

一、行业具体政策

二、政策特点与影响

第三章 女性内衣行业上游分析

第一节 棉花

一、市场需求规模

二、中华棉花集团有限公司

第二节 真丝

一、市场需求规模

二、达利丝绸(浙江)有限公司

第三节 涤纶

一、市场需求规模

二、江西涤纶厂

第四章 女性内衣行业下游分析

第一节 专卖店

一、市场需求规模

二、伊之美内衣专卖店

第二节 商场专柜

一、市场需求规模

二、上海华联商厦

第三节 网络

一、市场需求规模

二、淘宝网

第五章 2020年国内女性内衣所属行业整体运行状况

第一节 女性内衣所属行业产销分析

第二节 女性内衣所属行业盈利能力分析

我国内衣产业发展至今30多年，内衣生产企业主要集中在珠三角、长三角等产业聚集区域，目前主要重点企业为都市丽人、汇洁股份、安莉芳。国内女性内衣竞争格局稳定，都市丽人行行业领先，2019年都市丽人营业总收入为40.8亿元，汇洁股份营业总收入为25.9亿元，安莉芳营业总收入为20.3亿元。

2019年我国女性内衣重点企业营业总收入对比情况

第三节 女性内衣所属行业偿债能力分析

第四节 女性内衣所属行业营运能力分析

第六章 女性内衣行业价格分析

第一节 女性内衣行业价格分析

第七章 女性内衣市场环境分析

第一节 消费者分析

第二节 竞争者分析

第八章 女性内衣市场营销策略

第一节 品牌策略

第二节 形象策略

第三节 产品策略

第四节 定价策略

第五节 促销策略

第九章 女性内衣行业国际市场运行分析

第一节 国际市场概述

第二节 女性内衣行业主要国家分析

第十章 女性内衣行业重点企业分析

第一节 北京爱慕内衣有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第二节 百利安集团

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第三节 大连桑扶兰实业有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第四节 台湾奥黛莉公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第五节 安莉芳集团

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第六节 欧迪芬国际集团

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第七节 上海古今内衣有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第八节 婷美保健科技集团

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第九节 维多利亚的秘密

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第十一章 女性内衣行业内部风险分析

第一节 市场竞争风险分析

第二节 技术水平风险分析

第三节 企业竞争风险分析

第四节 企业出口风险分析

第十二章 女性内衣行业外部风险分析

第一节 宏观经济环境风险分析

第二节 行业政策环境风险分析

第三节 关联行业风险分析

第十三章 SWOT分析

第一节 优势分析

第二节 劣势分析

第三节 机会分析

第四节 威胁分析

第十四章 行业发展趋势预测

第一节 国内市场预测

一、行业规模预测（AKLXR）

二、行业供给预测

三、市场规模预测

四、价格预测

五、增长速度预测

第二节 国际市场预测

图表目录：

图表1 2016-2020年我国女性内衣所属行业规模以上企业数量分析

图表2 2016-2020年我国女性内衣所属行业规模以上企业数量增长趋势图

图表3 2016-2020年我国女性内衣所属行业规模以上企业工业总产值分析

图表4 2016-2020年我国女性内衣所属行业规模以上企业工业总产值增长趋势图

图表5 2020年女性内衣所属行业在GDP中所占的地位

图表6华北，东北，华东，华南地区内衣品牌市场渗透率

图表7 2016-2020年工业企业增加值月度同比增长率（%）

图表8 2016-2020年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表9 2016-2020年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

图表10 2016-2020年居民消费价格指数（上年同月=100）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/clothing/663203.html>