

# 2020-2026年中国女性内衣 产业发展现状与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国女性内衣产业发展现状与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202008/180019.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

在不少传统内衣人眼中，内衣无非就是文胸、睡衣、保暖三大项。其实不然，就女士内衣，就可以将其细分成n类，虽然有点夸大，却不为过。在女士内衣市场领域，其适龄人群非常庞大，根据相关数据显示，中国人口结构中，女性人口超过6.5亿人。就内衣的穿着适龄人群看，10-15岁的少女已经开始穿戴内衣，年龄在60岁以上的老年人多数也需穿戴内衣，因此在年龄分层阶段，内衣的品类也是分层的，每个年龄层的所对应的不同的内衣。根据年龄层，可以将内衣分为少女内衣、成熟女性的功能性内衣及老年内衣，这就是细分市场的其中之一。

从中国的消费群体来说，青少年人这些年来已经发展成为占人口的大部分群体，对于少女型的消费者来说，因为人口众多，所以市场的需求是非常大的。根据一些资料显示，一些品牌在进入市场时，曾针对国内少女群体的消费习性做过调查，发现国内少女开始穿胸罩的年龄，这些年逐渐趋于年轻化，因为生活水平的提高，少女现在的身高都比原来的提高许多，身体发育也早一些。

而在整体市场中，女式内衣占到了60%的比重，成为整个内衣行业的重中之重。与女性内衣不同的是，我国的男士内衣品牌是伴随着国际品牌成长的，只是国外品牌是从塔尖做起，而我国男性内衣的品牌则是从塔基做起。男性内衣市场一直处于“冷僻”的地位，尽管国外的品牌如CK、FORBIDDEN等均开发了男性护肤内衣系列，国内的爱慕等也进入男性内衣市场，然而针对男性内衣市场的开发一直是处于“犹抱琵琶半遮面”的状态。

1

### 绿色环保型

“绿色”内衣要求产品从原料生产到成品加工过程以及销售过程都符合环保标准。

2

### 智能型

智能型针织内衣不仅能提高产品的服用性及穿着的舒适感,还能满足人们在特定环境下的特殊服用要求。

3

### 保健型

保健内衣赋予人体健康、防病保健的功效。它利用微胶囊技术，将多种具有医用疗效的物质通过印染、整理等方式，固定在纤维中形成保健纤维，由其制成的针织内衣在被穿用过程中会慢慢释放保健物质，使穿着者享受到长期的辅助治疗疾病(如心脑血管病、慢性关节炎等)

的作用。

4

## 美体塑身型

现代社会，女人除了注重自己的相貌外，身材窈窕也是毕生之追求。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国女性内衣产业发展现状与投资前景分析报告》共十四章。首先介绍了中国女性内衣行业市场发展环境、女性内衣整体运行态势等，接着分析了中国女性内衣行业市场运行的现状，然后介绍了女性内衣市场竞争格局。随后，报告对女性内衣做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国女性内衣行业发展趋势与投资预测。您若想对女性内衣产业有个系统的了解或者想投资中国女性内衣行业，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。

## 报告目录：

### 第一章女性内衣行业运行情况12

#### 第一节女性内衣行业运行情况12

##### 一、企业数量结构分析12

##### 二、行业生产规模分析13

##### 三、占GDP的比重19

##### 四、分布情况19

#### 第二节女性内衣行业供给分析20

##### 一、需求变化因素20

##### 二、厂商产能因素21

##### 三、原料供给状况22

##### 四、技术水平提高23

##### 五、政策变动因素23

#### 第三节女性内衣行业需求分析24

2017年中国的内衣市场年销售额在1000亿以上，且每年以近20%的速度增长。在整个市场中，女性内衣的份额约占到60%，市场规模超过500亿元。

在“她经济”的消费风口背后，女性内衣市场已经有非常丰富的品牌供给，这些内

衣品牌通过差异化的策略来满足消费者多元化的需求。第一财经商业数据中心（CBNData）发布的《2017线上内衣相关消费系列研究》，我国消费者对女性内衣的功能需求主要体现在聚拢方面，在需求的拉动下，聚拢型内衣也成了传统内衣的主流。线上内衣按功能销售额占比

一、下游行业的发展24

二、产品价格因素24

三、产品替代因素25

四、关联行业发展因素25

## 第二章女性内衣行业运行环境分析28

### 第一节国内宏观经济形势分析28

一、国民生产总值28

二、工业生产与效益28

三、固定资产投资29

四、对外贸易与利用外资30

五、消费与物价31

### 第二节国内宏观调控政策分析32

### 第三节国内女性内衣行业政策分析34

一、行业具体政策34

二、政策特点与影响34

## 第三章女性内衣行业上游分析35

### 第一节棉花35

一、市场需求规模35

二、中华棉花集团有限公司37

### 第二节真丝37

一、市场需求规模37

二、达利丝绸(浙江)有限公司38

### 第三节涤纶38

一、市场需求规模38

二、江西涤纶厂39

## 第四章女性内衣行业下游分析40

### 第一节专卖店40

#### 一、市场需求规模40

#### 二、伊之美内衣专卖店40

### 第二节商场专柜41

#### 一、市场需求规模41

#### 二、上海华联商厦41

### 第三节网络42

#### 一、市场需求规模42

#### 二、淘宝网43

## 第五章2018年国内女性内衣所属行业整体运行状况44

### 第一节女性内衣行业产销分析44

### 第二节女性内衣行业盈利能力分析46

### 第三节女性内衣行业偿债能力分析46

### 第四节女性内衣行业营运能力分析47

## 第六章女性内衣所属行业价格分析49

### 第一节女性内衣行业价格分析49

## 第七章女性内衣市场环境分析50

### 第一节消费者分析50

### 第二节竞争者分析51

## 第八章女性内衣市场营销策略51

### 第一节品牌策略51

### 第二节形象策略52

### 第三节产品策略54

### 第四节定价策略54

### 第五节促销策略55

## 第九章女性内衣行业国际市场运行分析58

## 第一节国际市场概述58

## 第二节女性内衣行业主要国家分析60

## 第十章女性内衣行业重点企业分析61

### 第一节北京爱慕内衣有限公司61

#### 一、企业发展概况61

#### 二、财务分析62

##### （一）企业偿债能力分析62

##### （二）企业运营能力分析64

##### （三）企业盈利能力分析67

#### 三、经营状况70

#### 四、发展规划及前景展望70

### 第二节百利安集团71

#### 一、企业发展概况71

#### 二、财务分析71

##### （一）企业偿债能力分析71

##### （二）企业运营能力分析74

##### （三）企业盈利能力分析77

#### 三、经营状况80

#### 四、发展规划及前景展望80

### 第三节大连桑扶兰实业有限公司81

#### 一、企业发展概况81

#### 二、财务分析81

##### （一）企业偿债能力分析81

##### （二）企业运营能力分析84

##### （三）企业盈利能力分析87

#### 三、经营状况90

#### 四、发展规划及前景展望90

### 第四节台湾奥黛莉公司91

#### 一、企业发展概况91

#### 二、财务分析91

##### （一）企业偿债能力分析91

|                |     |
|----------------|-----|
| (二) 企业运营能力分析   | 94  |
| (三) 企业盈利能力分析   | 97  |
| 第五节 安莉芳集团      | 100 |
| 一、企业发展概况       | 100 |
| 二、财务分析         | 100 |
| (一) 企业偿债能力分析   | 100 |
| (二) 企业运营能力分析   | 103 |
| (三) 企业盈利能力分析   | 106 |
| 三、经营状况         | 109 |
| 四、发展规划及前景展望    | 109 |
| 第六节 欧迪芬国际集团    | 110 |
| 一、企业发展概况       | 110 |
| 二、财务分析         | 110 |
| (一) 企业偿债能力分析   | 110 |
| (二) 企业运营能力分析   | 113 |
| (三) 企业盈利能力分析   | 116 |
| 三、经营状况         | 119 |
| 四、发展规划及前景展望    | 120 |
| 第七节 上海古今内衣有限公司 | 121 |
| 一、企业发展概况       | 121 |
| 二、财务分析         | 121 |
| (一) 企业偿债能力分析   | 121 |
| (二) 企业运营能力分析   | 124 |
| (三) 企业盈利能力分析   | 127 |
| 三、经营状况         | 130 |
| 四、发展规划及前景展望    | 130 |
| 第八节 婷美保健科技集团   | 131 |
| 一、企业发展概况       | 131 |
| 二、财务分析         | 132 |
| (一) 企业偿债能力分析   | 132 |
| (二) 企业运营能力分析   | 135 |
| (三) 企业盈利能力分析   | 138 |

三、经营状况141

四、发展规划及前景展望142

第九节维多利亚的秘密142

第十一章女性内衣行业内部风险分析146

第一节市场竞争风险分析146

第二节技术水平风险分析146

第三节企业竞争风险分析147

第四节企业出口风险分析147

第十二章女性内衣行业外部风险分析148

第一节宏观经济环境风险分析148

第二节行业政策环境风险分析149

第三节关联行业风险分析149

第十三章SWOT分析151

第一节优势分析151

第二节劣势分析151

第三节机会分析151

第四节威胁分析152

第十四章行业发展趋势预测152

第一节国内市场预测152

一、行业规模预测152

二、行业供给预测154

三、市场规模预测157

四、价格预测159

五、增长速度预测159

第二节国际市场预测160

图表目录：

图表1 2013-2018年我国女性内衣行业规模以上企业数量分析12

图表2 2013-2018年我国女性内衣行业规模以上企业数量增长趋势图12

图表3 2013-2018年我国女性内衣行业规模以上企业工业总产值分析13

图表4 2013-2018年我国女性内衣行业规模以上企业工业总产值增长趋势图14

图表5 2018年女性内衣行业在GDP中所占的地位19

图表6 华北，东北，华东，华南地区内衣品牌市场渗透率 20

图表7 2012年-2018年工业企业增加值月度同比增长率（%） 28

图表8 2012年-2018年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 30

图表9 2012年-2018年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%） 31

图表10 2012年-2018年居民消费价格指数（上年同月=100） 32

图表11 2013-2018年我国文胸消费量及增长对比图45

图表12 2013-2018年全国女性内衣行业盈利能力对比图46

图表13 2013-2018年全国女性内衣行业资产负债率对比图47

图表14 2013-2018年全国女性内衣行业负债与所有者权益比率对比图47

图表15 2013-2018年全国女性内衣行业营运能力对比图48

图表16 2018年世界女士内衣市场销售结构对比图58

图表17 2013-2018年世界女士内衣市场年销售额及增长对比图59

图表18 全球拥有15岁以上的女性内衣消费者数量最多的市场分布60

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/180019.html>