|  |
| --- |
| [2025年版中国内衣行业深度调研及发展趋势分析报告](https://www.20087.com/M_QiTa/20/NeiYiWeiLaiFaZhanQuShi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2025年版中国内衣行业深度调研及发展趋势分析报告](https://www.20087.com/M_QiTa/20/NeiYiWeiLaiFaZhanQuShi.html) |
| 报告编号： | 1616520　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9500 元　　纸介＋电子版：9800 元 |
| 优惠价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_QiTa/20/NeiYiWeiLaiFaZhanQuShi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　内衣是服装行业的细分领域，近年来随着消费者对健康、舒适、个性化需求的提升，市场需求持续增长。内衣设计和制造技术的进步，如新材料的应用、人体工程学的融入，提高了内衣的舒适度和功能性，满足了不同体型、年龄、场合的需求。同时，随着女性意识的觉醒和男性对内衣品质的追求，内衣市场呈现出多元化、高端化趋势，品牌竞争日益激烈。此外，可持续时尚的兴起推动了环保材料和生产方式在内衣行业的应用，如有机棉、再生纤维、零废弃设计等。
　　未来，内衣行业的发展趋势将呈现以下几个方向：一是健康科技，通过智能穿戴、健康监测等技术，开发具有健康监测、生理调节功能的内衣产品；二是个性化定制，利用3D打印、定制化设计软件，提供符合消费者特定需求的内衣；三是可持续发展，倡导环保理念，采用可再生、可降解材料，减少资源消耗和环境污染。然而，内衣行业的品牌建设、市场细分、技术创新和环保法规，是行业面临的挑战。
　　《[2025年版中国内衣行业深度调研及发展趋势分析报告](https://www.20087.com/M_QiTa/20/NeiYiWeiLaiFaZhanQuShi.html)》基于多年行业研究积累，结合内衣市场发展现状，依托行业权威数据资源和长期市场监测数据库，对内衣市场规模、技术现状及未来方向进行了全面分析。报告梳理了内衣行业竞争格局，重点评估了主要企业的市场表现及品牌影响力，并通过SWOT分析揭示了内衣行业机遇与潜在风险。同时，报告对内衣市场前景和发展趋势进行了科学预测，为投资者提供了投资价值判断和策略建议，助力把握内衣行业的增长潜力与市场机会。

第一章 中国内衣行业发展综述
　　1.1 内衣行业定义及分类
　　　　1.1.1 行业概念及定义
　　　　1.1.2 行业主要产品大类
　　1.2 内衣行业统计标准
　　　　1.2.1 内衣行业统计部门和统计口径
　　　　1.2.2 内衣行业统计方法
　　　　1.2.3 内衣行业数据种类
　　1.3 内衣行业供应链分析
　　　　1.3.1 内衣行业产业供应链简介
　　　　1.3.2 内衣行业下游消费需求分析
　　　　（1）居民收入水平分析
　　　　（2）居民消费水平分析
　　　　（3）居民消费心理分析
　　　　1.3.3 内衣行业上游原料市场分析
　　　　（1）棉纱市场分析
　　　　1）棉纱市场产销情况分析
　　　　2）棉纱市场价格走势分析
　　　　3）棉纱市场发展趋势分析
　　　　（2）丝绸市场分析
　　　　1）丝绸市场产销情况分析
　　　　2）丝绸市场价格走势分析
　　　　3）丝绸市场发展趋势分析
　　　　（3）合成纤维市场分析
　　　　1）合成纤维市场产销情况分析
　　　　2）合成纤维市场价格走势分析
　　　　3）合成纤维市场发展趋势分析

第二章 2025-2031年内衣行业发展状况分析
　　2.1 中国内衣行业发展状况分析
　　　　2.1.1 中国内衣行业发展总体概况
　　　　2.1.2 中国内衣行业发展主要特点
　　　　2.1.3 2025-2031年内衣行业经营情况分析
　　　　（1）经营效益分析
　　　　（2）盈利能力分析
　　　　（3）运营能力分析
　　　　（4）偿债能力分析
　　　　（5）发展能力分析
　　2.2 内衣行业经济指标分析
　　　　2.2.1 主要经济效益影响因素分析
　　　　2.2.2 主要经济指标分析
　　　　2.2.3 不同规模企业经济指标分析
　　　　2.2.4 不同性质企业经济指标分析
　　2.3 内衣行业供需平衡分析
　　　　2.3.1 全国内衣行业供给情况分析
　　　　（1）行业总产值分析
　　　　（2）行业产成品分析
　　　　2.3.2 各地区内衣行业供给情况分析
　　　　（1）总产值排名前10个地区分析
　　　　（2）产成品排名前10个地区分析
　　　　2.3.3 全国内衣行业需求情况分析
　　　　（1）行业销售产值分析
　　　　（2）行业销售收入分析
　　　　2.3.4 各地区内衣行业需求情况分析
　　　　（1）销售产值排名前10个地区分析
　　　　（2）销售收入排名前10个地区分析
　　　　2.3.5 全国内衣行业产销率分析
　　2.4 2025-2031年内衣行业进出口分析
　　　　2.4.1 进出口总体情况
　　　　2.4.2 2025-2031年内衣行业出口情况
　　　　（1）行业出口总体情况
　　　　（2）行业出口产品结构
　　　　（3）行业出口前景分析
　　　　2.4.3 2025-2031年内衣行业进口情况分析
　　　　（1）行业进口总体情况
　　　　（2）行业进口产品结构
　　　　（3）行业进口前景分析

第三章 内衣行业市场环境分析
　　3.1 行业政策环境分析
　　　　3.1.1 行业相关政策动向
　　　　（1）中国内衣委员会成立将推动内衣产业升级
　　　　（2）（纺织类）
　　　　（3）---批准60项纺织行业标准
　　　　（4）
　　　　（5）国家出台9项措施支持小型和微型企业发展
　　　　3.1.2 内衣行业发展规划
　　3.2 行业经济环境分析
　　　　3.2.1 国际宏观经济环境分析
　　　　（1）国际宏观经济现状
　　　　（2）国际宏观经济预测
　　　　3.2.2 国内宏观经济环境分析
　　　　（1）国内宏观经济现状
　　　　（2）国内宏观经济预测
　　　　3.2.3 行业宏观经济环境分析
　　3.3 行业需求环境分析
　　　　3.3.1 行业消费者需求现状分析
　　　　（1）舒适性的要求
　　　　1）生理舒适性要求
　　　　2）心理舒适性要求
　　　　（2）重塑、健美体型的需求
　　　　（3）关爱健康和保健的需求
　　　　（4）高科技智能型内衣的需求
　　　　3.3.2 内衣行业市场需求调查
　　　　（1）消费者购买内衣的主要考虑因素
　　　　（2）内衣风格变化三要素
　　　　（3）时尚个性内衣流行源动力
　　　　（4）时尚个性内衣需求
　　　　3.3.3 行业消费需求趋势分析
　　　　（1）环保理念渗入
　　　　（2）追求个性化
　　3.4 行业贸易环境分析
　　　　3.4.1 行业外贸环境现状
　　　　3.4.2 行业贸易环境发展趋势

第四章 内衣行业市场竞争状况分析
　　4.1 行业总体市场竞争状况分析
　　4.2 行业国际市场竞争状况分析
　　　　4.2.1 国际内衣市场发展状况
　　　　（1）美国内衣市场
　　　　（2）法国内衣市场
　　　　（3）俄罗斯内衣市场
　　　　4.2.2 国际内衣市场品牌竞争分析
　　　　（1）schiesser品牌竞争分析
　　　　（2）黛安芬品牌竞争分析
　　　　（3）维多利亚的秘密品牌竞争分析
　　　　（4）ck内衣品牌竞争分析
　　　　（5）hanes品牌竞争分析
　　　　（6）chantelle品牌竞争分析
　　　　4.2.3 跨国公司在中国市场的投资布局
　　　　（1）德国黛安芬公司在华投资布局分析
　　　　（2）日本华歌尔公司在华投资布局分析
　　　　（3）西班牙（little kiss）在华投资布局分析
　　　　4.2.4 跨国公司在中国的竞争策略及趋势分析
　　4.3 国内市场内衣企业商业运作模式分析
　　　　4.3.1 资本模式
　　　　4.3.2 运营模式
　　　　（1）日用品模式
　　　　（2）保健品模式
　　　　（3）时装模式
　　　　4.3.3 销售模式
　　　　（1）国际品牌销售模式
　　　　（2）国内品牌销售模式
　　4.4 行业国内市场竞争状况分析
　　　　4.4.1 国内内衣行业市场规模分析
　　　　4.4.2 国内内衣行业五力模型分析
　　　　（1）行业上游议价能力分析
　　　　（2）行业下游议价能力分析
　　　　（3）行业替代品威胁分析
　　　　（4）行业新进入者威胁分析
　　　　4.4.3 国内内衣行业竞争格局
　　　　（1）品牌集中度较低
　　　　（2）低层次竞争
　　4.5 行业投资兼并与重组整合分析
　　　　4.5.1 外资内衣企业投资兼并与重组整合
　　　　4.5.2 国内内衣企业投资兼并与重组整合
　　　　4.5.3 行业投资兼并与重组特征

第五章 内衣行业主要细分市场分析
　　5.1 细分市场总体分析
　　　　5.1.1 女性内衣市场分析
　　　　（1）女性内衣市场发展概况
　　　　（2）女性内衣品牌现状分析
　　　　（3）女性内衣市场监测分析
　　　　5.1.2 男性内衣市场分析
　　　　（1）男性内衣市场发展概况
　　　　（2）男性内衣品牌现状分析
　　　　（3）男性内衣市场监测分析
　　　　5.1.3 其它内衣市场分析
　　　　（1）少女内衣市场分析
　　　　1）少女内衣发展现状分析
　　　　2）少女内衣需求分析
　　　　3）少女内衣消费特征分析
　　　　4）少女内衣市场趋势预测分析
　　　　（2）孕妇内衣市场分析
　　　　（3）儿童内衣市场分析
　　　　（4）---内衣市场分析
　　　　1）---内衣发展概况
　　　　2）---内衣消费者调研
　　　　1、消费者认知分析
　　　　2、消费者偏好分析
　　　　3、消费者考虑因素分析
　　　　4、消费者购买频率分析
　　　　5、消费者购买渠道分析
　　5.2 行业主要产品市场分析
　　　　5.2.1 文胸市场分析
　　　　（1）文胸市场发展综述
　　　　（2）文胸市场消费特征
　　　　（3）文胸市场竞争分析
　　　　（4）文胸网购调研
　　　　1）消费者构成分析
　　　　2）消费者尺码选择
　　　　3）消费者风格选择
　　　　4）消费者功能选择
　　　　（5）文胸市场发展趋势
　　　　5.2.2 内裤市场分析
　　　　（1）内裤市场发展综述
　　　　（2）内裤市场竞争分析
　　　　（3）内裤消费者调研
　　　　1）内裤淘汰周期
　　　　2）消费者面料选择
　　　　3）消费者款式选择
　　　　（4）内裤市场投资策略
　　　　（5）精品内裤市场前景与策略
　　　　5.2.3 保暖内衣市场分析
　　　　（1）保暖内衣市场发展综述
　　　　（2）保暖内衣市场竞争分析
　　　　（3）保暖内衣市场消费特征
　　　　（4）保暖内衣市场监测
　　　　1）保暖内衣厂家调研
　　　　2）保暖内衣消费者调研
　　　　（5）保暖内衣市场发展趋势
　　　　5.2.4 塑身内衣市场分析
　　　　（1）塑身内衣市场发展综述
　　　　（2）塑身内衣发展现状分析
　　　　1）市场需求大
　　　　2）市场细分化
　　　　3）产品多元化
　　　　4）利润空间相对较大
　　　　（3）塑身内衣价格差异分析
　　　　（4）塑身内衣营销渠道分析
　　　　（5）塑身内衣市场趋势预测
　　　　5.2.5 家居服市场分析
　　　　（1）家居服市场发展综述
　　　　（2）家居服市场竞争分析
　　　　1）家居服区域品牌“争霸”
　　　　2）家居服市场竞争特点
　　　　（3）家居服品牌面临的困境
　　　　1）品类困境
　　　　2）销售困境
　　　　3）管理困境
　　　　4）盈利困境
　　　　（4）家居服品牌困境成因
　　　　1）品牌定位雷同
　　　　2）品牌创建理念缺失
　　　　3）核心优势缺失
　　　　（5）家居服品牌突围路径
　　　　1）管理创新
　　　　2）品类延伸
　　　　3）渠道优化

第六章 重点区域内衣市场发展分析
　　6.1 珠三角内衣产业发展分析
　　　　6.1.1 深圳内衣产业发展分析
　　　　（1）深圳内衣产业发展规模
　　　　（2）深圳内衣产业品牌分布
　　　　（3）深圳内衣产业选址
　　　　（4）深圳内衣产业发展方式
　　　　1）区位优势拉动
　　　　2）“名企名牌”战略
　　　　3）外销为主，内销为辅
　　　　（5）深圳内衣产业集群效应
　　　　（6）深圳内衣市场趋势分析
　　　　6.1.2 汕头内衣产业发展分析
　　　　（1）汕头内衣产业发展概况
　　　　（2）汕头内衣产业区域分布
　　　　（3）汕头内衣产业品牌分布
　　　　（4）汕头内衣产业发展现状
　　　　1）产品形象低档
　　　　2）产品定位不明确
　　　　3）推广层次低
　　　　4）人才缺乏
　　　　5）家族式企业
　　　　（5）汕头内衣产业变革
　　　　1）运作模式变革
　　　　2）品牌竞争力变革
　　　　3）商会组织引导作用
　　　　4）建内衣专业资源集散地
　　　　（6）汕头内衣产业趋势分析
　　　　6.1.3 南海盐步内衣产业发展分析
　　　　（1）南海盐步内衣产业发展概况
　　　　（2）南海盐步内衣市场品牌分布
　　　　（3）南海盐步内衣行业发展瓶颈
　　　　（4）南海盐步内衣行业创新策略
　　　　1）产品设计创新
　　　　2）科技研发创新
　　　　3）营销渠道创新
　　　　（5）南海盐步内衣市场趋势分析
　　　　6.1.4 中山小榄内衣产业发展分析
　　　　（1）中山小榄内衣产业发展概况
　　　　（2）中山小榄内衣市场品牌分布
　　　　（3）中山小榄内衣市场存在问题
　　　　（4）中山小榄内衣市场趋势分析
　　6.2 长三角内衣产业发展分析
　　　　6.2.1 浙江义乌内衣产业发展分析
　　　　（1）浙江义乌内衣产业发展规模
　　　　（2）浙江义乌内衣产业成功因素
　　　　（3）浙江义乌内衣产业品牌分布
　　　　（4）浙江义乌内衣产业趋势分析
　　　　6.2.2 江苏顾山内衣产业发展分析
　　　　（1）江苏顾山内衣产业发展规模
　　　　（2）江苏顾山内衣产业品牌格局
　　　　（3）江苏顾山内衣产业发展愿景
　　6.3 其他地区内衣市场发展分析
　　　　6.3.1 北京内衣市场发展分析
　　　　（1）北京内衣市场发展概况
　　　　（2）北京内衣市场消费特征
　　　　6.3.2 石狮深沪镇内衣市场发展分析
　　　　（1）石狮深沪镇内衣市场发展概况
　　　　（2）石狮深沪镇内衣市场品牌分布

第七章 内衣市场销售渠道与投资策略分析
　　7.1 内衣行业销售渠道分析
　　　　7.1.1 内衣销售渠道发展概况
　　　　（1）内衣销售渠道发展阶段
　　　　（2）内衣销售渠道发展特点
　　　　7.1.2 内衣销售细分渠道分析
　　　　（1）百货商场
　　　　（2）大型超市、仓储式商场
　　　　（3）专卖连锁
　　　　（4）折扣店
　　　　（5）服装批发市场、专业服装市场
　　　　（6）网络销售/---
　　　　（7）展会
　　　　7.1.3 品牌内衣销售渠道分析
　　　　（1）内衣专业市场的发展
　　　　（2）绿色营销将成新潮流
　　　　（3）迪芬娜推出“内衣家居生活馆”模式
　　　　7.1.4 内衣企业促销方式分析
　　　　（1）都市丽人“保暖内衣免费送”网络活动
　　　　（2）狄曼芬---内衣低价手法
　　　　（3）爱慕当当网产品特卖
　　7.2 内衣行业电子商务分析
　　　　7.2.1 我国电子商务发展现状
　　　　（1）我国电子商务发展规模
　　　　（2）我国电子商务物流建设分析
　　　　（3）电子商务支付建设分析
　　　　（4）我国电子商务发展趋势
　　　　7.2.2 内衣行业电子商务分析
　　　　（1）服装业电子商务规模
　　　　（2）内衣行业电子商务现状分析
　　　　7.2.3 内衣行业电子商务案例分析
　　7.3 内衣企业投资策略分析
　　　　7.3.1 内衣行业终端策略
　　　　7.3.2 内衣行业定价策略
　　　　（1）心理定价策略
　　　　（2）灵活定价策略
　　　　（3）差别定价策略
　　　　7.3.3 内衣行业广告策略
　　　　（1）广告传播策略分析
　　　　（2）广告传播目标确定
　　　　7.3.4 内衣企业品牌策略
　　　　（1）统一品牌策略
　　　　（2）个别品牌策略
　　　　（3）扩展品牌策略
　　　　（4）品牌创新策略
　　7.4 内衣行业渠道发展趋势与对策
　　　　7.4.1 内衣行业渠道发展对策
　　　　（1）供应链管理最优化
　　　　（2）渠道扁平化
　　　　7.4.2 内衣行业渠道发展趋势

第八章 内衣行业主要企业生产经营分析
　　8.1 内衣企业发展总体状况分析
　　　　8.1.1 内衣企业规模
　　　　8.1.2 内衣行业工业产值状况
　　　　8.1.3 内衣行业销售收入和利润
　　8.2 内衣行业领先企业个案分析
　　　　8.2.1 黛安芬国际集团有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业产销能力分析
　　　　（3）企业盈利能力分析
　　　　（4）企业运营能力分析
　　　　（5）企业偿债能力分析
　　　　（6）企业发展能力分析
　　　　（7）企业产品结构及新产品动向
　　　　（8）企业销售渠道与网络
　　　　（9）企业经营状况优劣势分析
　　　　（10）企业最新发展动向分析
　　　　8.2.2 安莉芳（中国）服装有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业产销能力分析
　　　　（3）企业盈利能力分析
　　　　（4）企业运营能力分析
　　　　（5）企业偿债能力分析
　　　　（6）企业发展能力分析
　　　　（7）企业产品结构及新产品动向
　　　　（8）企业销售渠道与网络
　　　　（9）企业经营状况优劣势分析
　　　　（10）企业最新发展动向分析
　　　　8.2.3 江苏ab集团股份有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业产销能力分析
　　　　（3）企业盈利能力分析
　　　　（4）企业运营能力分析
　　　　（5）企业偿债能力分析
　　　　（6）企业发展能力分析
　　　　（7）企业产品结构及新产品动向
　　　　（8）企业销售渠道与网络
　　　　（9）企业经营状况优劣势分析
　　　　（10）企业最新发展动向分析
　　　　8.2.4 广东曼妮芬服装有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业产销能力分析
　　　　（3）企业盈利能力分析
　　　　（4）企业运营能力分析
　　　　（5）企业偿债能力分析
　　　　（6）企业发展能力分析
　　　　（7）企业产品结构及新产品动向
　　　　（8）企业销售渠道与网络
　　　　（9）企业经营状况优劣势分析
　　　　（10）企业最新发展动向分析
　　　　8.2.5 上海古今内衣制造有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业产销能力分析
　　　　（3）企业盈利能力分析
　　　　（4）企业运营能力分析
　　　　（5）企业偿债能力分析
　　　　（6）企业发展能力分析
　　　　（7）企业产品结构及新产品动向
　　　　（8）企业销售渠道与网络
　　　　（9）企业经营状况优劣势分析
　　　　…………

第九章 中⋅智林⋅：内衣行业发展趋势分析与预测
　　9.1 中国内衣市场发展趋势
　　　　9.1.1 中国内衣市场发展趋势分析
　　　　（1）消费需求功能化、时尚化
　　　　（2）商品价格向价值回归
　　　　（3）企业趋向规范化运作
　　　　（4）从低层次竞争到品牌竞争
　　　　（5）营销运作模式系统化
　　　　9.1.2 中国内衣市场趋势预测分析
　　9.2 内衣行业投资特性分析
　　　　9.2.1 内衣行业进入壁垒分析
　　　　9.2.2 内衣行业盈利模式分析
　　　　9.2.3 内衣行业盈利因素分析
　　9.3 中国内衣行业投资建议
　　　　9.3.1 内衣行业投资前景分析
　　　　9.3.2 内衣行业投资相关建议
　　　　（1）大盘取势 把握零散型市场特征
　　　　（2）破局精道 将品牌打造进行到底
　　　　1）产品创新提升品牌
　　　　2）文化提升品牌
　　　　3）重视品牌传播

图表目录
　　图表 1 2025-2031年内衣行业销售收入及增长率变化趋势图（单位 亿元，%）
　　图表 2 内衣行业产业链示意图
　　图表 3 2025-2031年城镇居民人均收入实际增长速度（单位 %）
　　图表 4 2025-2031年农村居民人均收入实际增长速度（单位 %）
　　图表 5 2025-2031年居民消费价格同比上涨比较（单位 %）
　　图表 6 2025-2031年国内棉花进口按月统计情况（单位 万吨）
　　图表 7 2025年我国合成纤维分省市产量（单位 吨）
　　图表 8 2025-2031年内衣行业经营效益分析（单位 家，人，万元，%）
　　图表 9 2025-2031年中国内衣行业盈利能力分析（单位 %）
　　图表 10 2025-2031年中国内衣行业运营能力分析（单位 次）
　　图表 11 2025-2031年中国内衣行业偿债能力分析（单位 %，倍）
　　图表 12 2025-2031年中国内衣行业发展能力分析（单位 %）
　　图表 13 2025-2031年内衣行业主要经济指标统计表（单位 万元，人，家，%）
　　图表 14 2025-2031年中国大型内衣企业主要经济指标统计表（单位 万元，人，家，%）
　　图表 15 2025-2031年中国中型内衣企业主要经济指标统计表（单位 万元，人，家，%）
　　图表 16 2025-2031年中国小型内衣企业主要经济指标统计表（单位 万元，人，家，%）
　　图表 17 2025-2031年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位 %）
　　图表 18 2025-2031年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位 %）
　　图表 19 2025-2031年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位 %）
　　图表 20 2025-2031年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位 %）
　　图表 21 2025-2031年国有内衣企业主要经济指标统计表（单位 万元，人，家，%）
　　图表 22 2025-2031年集体内衣企业主要经济指标统计表（单位 万元，人，家，%）
　　图表 23 2025-2031年股份合作内衣企业主要经济指标统计表（单位 万元，人，家，%）
　　图表 24 2025-2031年股份制内衣企业主要经济指标统计表（单位 万元，人，家，%）
　　图表 25 2025-2031年私营内衣企业主要经济指标统计表（单位 万元，人，家，%）
　　图表 26 2025-2031年外商和港澳台投资内衣企业主要经济指标统计表（单位 万元，人，家，%）
　　图表 27 2025-2031年其它性质内衣企业主要经济指标统计表（单位 万元，人，家，%）
　　图表 28 2025-2031年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位 %）
　　图表 29 2025-2031年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位 %）
　　图表 30 2025-2031年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位 %）
　　图表 31 2025-2031年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位 %）
　　图表 32 2025-2031年内衣行业工业总产值及增长率走势（单位 亿元，%）
　　图表 33 2025-2031年内衣行业产成品及增长率走势图（单位 亿元，%）
　　图表 34 2025-2031年工业总产值居前的10个地区统计表（单位 万元，%）
　　图表 35 2025年工业总产值居前的10个地区比重图（单位 %）
　　图表 36 2025-2031年产成品居前的10个地区统计表（单位 万元，%）
　　图表 37 2025年产成品居前的10个地区比重图（单位 %）
　　图表 38 2025-2031年内衣行业销售产值及增长率变化情况（单位 亿元，%）
　　图表 39 2025-2031年内衣行业销售收入及增长率变化趋势图（单位 亿元，%）
　　图表 40 2025-2031年销售产值居前的10个地区统计表（单位 万元，%）
　　图表 41 2025年销售产值居前的10个地区比重图（单位 %）
　　图表 42 2025-2031年销售收入居前的10个地区统计表（单位 万元，%）
　　图表 43 2025年销售收入居前的10个地区比重图（单位 %）
　　图表 44 2025-2031年全国内衣行业产销率变化趋势图（单位 %）
　　图表 45 2025-2031年中国内衣行业进出口状况表（单位 万美元，%）
　　图表 46 2025-2031年中国内衣行业月度出口额走势图
　　图表 47 2025-2031年中国内衣行业主要出口产品结构表（单位 万件，万条，万套，万美元）
　　图表 48 2025-2031年内衣行业出口产品结构（单位 %）
　　图表 49 2025-2031年中国内衣行业月度进口额走势图
　　图表 50 2025-2031年中国内衣行业主要进口产品结构表（单位 万件，万条，万美元）
　　图表 51 2025-2031年内衣行业进口产品结构（单位 %）
　　图表 52 鼓励引进的先进纺织技术
　　图表 53 鼓励进口的重要纺织装备
　　图表 54 2025-2031年美国经济数据及预测（单位 %）
　　图表 55 2025-2031年欧洲经济数据及预测（单位 %）
　　图表 56 2025-2031年中国国内生产总值及其增长速度（单位 亿元，%）
　　图表 57 2025-2031年工业增加值月度同比增长速度（单位 %）
　　图表 58 2025年固定资产投资额累计增长情况（单位 %）
　　图表 59 2025-2031年我国进出口总值情况（单位 亿美元）
　　图表 60 2025-2031年我国gdp同比增速走势及预测（单位 %）
　　图表 61 2025-2031年我国gdp贡献率预测（单位 %）
　　图表 62 内衣消费者购买时考虑的因素（单位 %）
　　图表 63 内衣消费者整体着装风格变化情况（单位 %）
　　图表 64 内衣消费者着装风格变化（单位 %）
　　图表 65 开放的花色亮丽内衣接受度（单位 %）
　　图表 66 对异性穿着亮丽内衣的接受度（单位 %）
　　图表 67 内衣消费者可能选择时尚内衣的场合（单位 %）
　　图表 68 美国市场上促使内衣购买的重要因素（单位 %）
　　图表 69 美国市场上通过各零售渠道消费者购买内衣的百分比（单位 %，＄）
　　图表 70 美国市场上品牌对不同年龄段的消费者购买不同服饰类别的影响力对比（单位 %）
　　图表 71 美国市场上功能性服饰的供需对比（单位 %）
　　图表 72 日本华歌尔公司在华投资布局
　　图表 73 中国内衣行业市场规模变化趋势（单位 亿元，%）
　　图表 74 2025年女性内衣前十位内衣品牌占有率
　　图表 75 消费者有无购买行为（单位 %）
　　图表 76 消费者所持态度（单位 %）
　　图表 77 消费者款式偏好（单位 %）
　　图表 78 消费者风格偏好（单位 %）
　　图表 79 消费者品牌认知（单位 %）
　　图表 80 消费者价格选择（单位 %）
　　图表 81 ---内衣淘汰周期（单位 %）
　　图表 82 消费者购买频率（单位 %）
　　图表 83 消费者认知渠道（单位 %）
　　图表 84 消费者购买渠道（单位 %）
　　图表 85 消费者可接受信息途径（单位 %）
　　图表 86 文胸消费者构成（单位 %）
　　图表 87 文胸购买尺码排行（单位 %）
　　图表 88 文胸购买尺码地区性差异（单位 %）
　　图表 89 文胸购买颜色选择（单位 %）
　　图表 90 文胸购买风格选择（单位 %）
　　图表 91 文胸购买功能选择（单位 %）
　　图表 92 文胸购买钢圈选择（单位 %）
　　图表 93 内裤淘汰周期（单位 %）
　　图表 94 消费者购买内裤面料选择（单位 %）
　　图表 95 消费者购买内裤面料选择（单位 %）
　　图表 96 主要省市地区服装批发市场
　　图表 97 2025-2031年我国网络购物交易规模（单位 亿元，%）
　　图表 98 2025-2031年我国网络购物交易规模结构（单位 %）
　　图表 99 2025-2031年我国网络购物用户规模（单位 万人，%）
　　图表 100 我国网络购物竞争状况（单位 %）
　　图表 101 2025-2031年中国网络购物快递企业规模（单位 家）
　　图表 102 2025-2031年中国网络购物快递企业营收规模（单位 亿元）
　　图表 103 两种 第三方支付平台的模式对比（单位 %）
　　图表 104 2025-2031年我国服装网络购物交易规模（单位 亿元，%）
　　图表 105 2025年中国内衣行业工业总产值、销售收入和利润前十名企业
　　图表 106 2025-2031年内衣行业工业总产值（现价）前十位企业（单位 万元）
　　图表 107 2025-2031年中国内衣行业企业产品销售收入与利润总额（单位 万元）
　　图表 108 2025-2031年黛安芬国际集团有限公司产销能力分析（单位 万元）
　　图表 109 2025-2031年黛安芬国际集团有限公司盈利能力分析（单位 %）
　　图表 110 2025-2031年黛安芬国际集团有限公司运营能力分析（单位 次）
　　图表 111 2025-2031年黛安芬国际集团有限公司偿债能力分析（单位 %，倍）
　　图表 112 2025-2031年黛安芬国际集团有限公司发展能力分析（单位 %）
　　图表 113 黛安芬国际集团有限公司优劣势分析
　　图表 114 2025-2031年安莉芳（中国）服装有限公司产销能力分析（单位 万元）
　　图表 115 2025-2031年安莉芳（中国）服装有限公司盈利能力分析（单位 %）
　　图表 116 2025-2031年安莉芳（中国）服装有限公司运营能力分析（单位 次）
　　图表 117 2025-2031年安莉芳（中国）服装有限公司偿债能力分析（单位 %，倍）
　　图表 118 2025-2031年安莉芳（中国）服装有限公司发展能力分析（单位 %）
　　图表 119 安莉芳（中国）服装有限公司销售网络
　　图表 120 安莉芳（中国）服装有限公司优劣势分析
略……

了解《[2025年版中国内衣行业深度调研及发展趋势分析报告](https://www.20087.com/M_QiTa/20/NeiYiWeiLaiFaZhanQuShi.html)》，报告编号：1616520，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/M_QiTa/20/NeiYiWeiLaiFaZhanQuShi.html>

热点：隆胸、内衣店加盟哪些品牌比较好、丰胸针多少钱一针、内衣柜办公室1-6、丰胸最有效最天然的方法、内衣尺寸参照表、内衣什么牌子好、内衣柜办公室1-3类型、内衣 胸罩

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！