

2022-2028年中国纯棉内衣行业市场竞争态势及投资策略分析报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国纯棉内衣行业市场竞争态势及投资策略分析报告》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.chyxx.com/research/202012/919394.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

随着男装、女装、运动装等服装细分行业步入缓慢发展的成熟期，内衣行业因其超高的毛利水平吸引了服装业内众多企业家以及投资者的关注。

智研咨询发布的《2022-2028年中国纯棉内衣行业市场竞争态势及投资策略分析报告》共十五章。首先介绍了中国纯棉内衣行业市场发展环境、纯棉内衣整体运行态势等，接着分析了中国纯棉内衣行业市场运行的现状，然后介绍了纯棉内衣市场竞争格局。随后，报告对纯棉内衣做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国纯棉内衣行业发展趋势与投资预测。您若想对纯棉内衣产业有个系统的了解或者想投资中国纯棉内衣行业，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 2021年中国纯棉内衣行业市场发展环境解析

第一节 2021年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2021年中国纯棉内衣市场政策环境分析

- 一、针织内衣行业标准
- 二、中国提高纺织品出口关税税率产品清单
- 三、《彩棉内衣及彩棉制品标准》

第三节 2021年中国纯棉内衣市场社会环境分析

- 一、居民消费观念
- 二、人们生活质量提高

第二章 2021年中国纯棉内衣行业市场运行态势剖析

第一节 2021年中国纯棉内衣行业动态分析

- 一、秋冬纯棉及短纤纱类面料成交局部活跃
- 二、纯棉内衣质量抽检情况

第二节 2021年中国纯棉内衣市场现状综述

一、国内内衣市场处于调整转型阶段

二、纯棉内衣市场整体销售情况

三、纯棉内衣成本及利润情况分析

四、彩棉内衣从疯狂走向沉稳

五、内衣品牌化需求不断提升

六、高科技保健内衣成需求热点

第三节 2021年中国纯棉内衣所属行业进出口市场透析

一、中国内衣受到出口税率影响

二、中国内衣市场出口增长强劲

三、纺织品配额问题分析

第四节 2021年中国纯棉内衣市场热点问题探讨

第三章 2021年中国纯棉内衣主业集群分析

第一节 浙江

一、浙江内衣畅销国外市场

二、义乌无缝内衣产业发展分析

三、浙江省杭州情趣内衣市场现状

第二节 温州

一、温州内衣行业的革命

二、温州共谋内衣行业新发展

三、温州内衣市场经营模式分析

第三节 南海盐步

一、盐步内衣产业概况

二、盐步品牌内衣联盟标准通过审查

三、盐步内衣行业发展面临的问题

四、南海内衣市场的八大症状

五、盐布内衣发展思路和对策

第四节 深圳

一、深圳内衣产业引领全国

二、深圳品牌内衣交易平台启动

三、深圳内衣行业应当加强聚集效应

第五节 其它地区

一、中山内衣行业谋求发展与突破

二、泉州内农业企业逐渐重视国内市场

三、江苏内衣产业现状与问题分析

第四章 2017-2021年中国纯棉制品制造所属行业数据监测分析

第一节 2017-2021年中国纯棉制品制造所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2021年中国纯棉制品制造所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2017-2021年中国纯棉制品制造所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出货值分析

第四节 2017-2021年中国纯棉制品制造所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2017-2021年中国纯棉制品制造所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章 2021年中国纯棉内衣市场运营模式及品牌市场动态

第一节 2021年中国内衣市场运作模式

一、外销企业转型做内销

二、内衣连锁迷茫中前进

三、特许加盟、专卖连锁的渠道模式被高度重视

三、资本市场运作初露端倪

四、大的代理商上游进军

五、其它行业企业向内衣进军

第二节 2021年中国纯棉内衣品牌市场透析

一、国际品牌继续探路

二、内衣品牌动态

第六章 2021年中国纯棉内衣细分产品市场深度剖析

第一节 男士纯棉内衣

一、男士纯棉内衣式背心

二、男士纯棉内裤

第二节 女士纯棉内衣

一、女士纯棉纹胸

二、女士纯棉内裤

第三节 婴儿纯棉内衣

第七章 2021年中国新兴纯棉内衣市场动态聚焦

第一节 保暖内衣

第二节 塑身内衣

第三节 情趣内衣

第四节 运动内衣

第八章 2017-2021年中国纯棉内衣部分产品所属行业进出口贸易数据监测

第一节 2017-2021年中国棉制针织或钩编女内裤，内衣所属行业进出口贸易数据分析

一、棉制针织或钩编女内裤，内衣所属行业进出口数量分析

二、棉制针织或钩编女内裤，内衣所属行业进出口金额分析

三、棉制针织或钩编女内裤，内衣所属行业进出口国家及地区分析

第二节 2017-2021年中国棉制男式内衣式背心所属行业进出口贸易数据分析

一、棉制男式内衣式背心所属行业进出口数量分析

二、棉制男式内衣式背心所属行业进出口金额分析

三、棉制男式内衣式背心所属行业进出口国家及地区分析

第三节 2017-2021年中国棉制女式内衣式背心、三角裤所属行业进出口贸易数据分析

一、棉制女式内衣式背心、三角裤所属行业进出口数量分析

二、棉制女式内衣式背心、三角裤所属行业进出口金额分析

三、棉制女式内衣式背心、三角裤所属行业进出口国家及地区分析

第四节 2017-2021年中国棉制针织或钩编男内裤及三角裤所属行业进出口贸易数据分析

一、棉制针织或钩编男内裤及三角裤所属行业进出口数量分析

二、棉制针织或钩编男内裤及三角裤所属行业进出口金额分析

三、棉制针织或钩编男内裤及三角裤所属行业进出口国家及地区分析

第五节 2017-2021年中国棉制婴儿袜及其它衣着附件所属行业进出口贸易数据分析

一、棉制婴儿袜及其它衣着附件所属行业进出口数量分析

二、棉制婴儿袜及其它衣着附件所属行业进出口金额分析

三、棉制婴儿袜及其它衣着附件所属行业进出口国家及地区分析

第六节 2017-2021年中国棉制紧身胸衣所属行业进出口贸易数据分析

一、棉制紧身胸衣所属行业进出口数量分析

二、棉制紧身胸衣所属行业进出口金额分析

三、棉制紧身胸衣所属行业进出口国家及地区分析

第九章 2021年中国纯棉内衣消费者行调研

第一节 2021年中国内衣材质对消费者影响力分析

第二节 2021年纯棉内衣消费者购买行为分析

一、消费者购买行为类型

二、影响消费者购买行为的因素

三、纯棉内衣购买行为分析

第三节 2021年都市人纯棉内衣消费习惯和观念调查

一、专卖店——品牌消费的主力场所

二、品牌和面料为消费者购买的主要考虑因素

三、新颖、时尚、个性成为纯棉内衣风格变化的三要素

四、对异性穿着的欣赏成为时尚个性纯棉内衣流行的源动力

五、结识新异性对时尚个性纯棉内衣的需求成为消费的新亮点

六、纯棉内衣消费渐趋品牌化

七、纯棉内衣款式应朝新颖、时尚、个性化方向发展

八、消费者期待个性纯棉内衣品牌市场分析

第四节 2021年纯棉内衣的消费心理分析

一、消费心理分析

二、中年女性消费行为特点与营销策略

三、青年的消费心理特征及对企业营销的启示

第五节 2021年中国纯棉内衣消费者购买偏好分析

一、男性购买纯棉内衣偏好分析

二、国内四大城市纯棉内衣穿着取向调查

三、纯棉内衣最受大众消费者青睐

第六节 2021年中国南北地域纯棉内衣消费分析

一、南方消费者偏好

二、北方消费者偏好

第七节 2021年服装纺织消费者购买行为分析及趋势展望

一、消费者购买服装的渠道

二、购买服装时间选择

三、打折促销对市场影响

四、洋品牌市场表现

五、主要服装产品的消费变化

第十章 2021年中国纯绵内衣市场营销解析

第一节 2021年中国纯棉内衣营销发展概况

一、中国纯棉内衣零售业态

二、中外纯棉内衣销售基本方式的对比

三、外资品牌进入中国方式

四、中国纯棉内衣本土品牌的营销模式

五、中国纯棉内衣企业已走向营销创新

六、女士纯棉内衣市场营销中的文化魅力

第二节 纯棉内衣行业销售渠道与趋势

一、国内纯棉内衣销售渠道的构成

二、纯棉内衣销售渠道发展概况

三、纯棉内衣营销渠道逐渐呈现扁平化趋势

四、纯棉内衣渠道发展趋势

第三节 纯棉内衣市场营销策略分析

一、纯棉内衣终端营销策略

二、淡季纯棉内衣营销的策略分析

三、纯棉内衣品牌国际化营销通道

四、纯棉内衣品牌规划及营销战略

五、纯棉内衣品牌广告营销策略

第四节 知名纯棉内衣品牌营销战略概述

第五节 品牌纯棉内衣营销案例分析

一、婷美中科暖卡营销策略

二、AB纯棉内衣业营销变迁

三、红豆纯棉内衣营销方式分析

第十一章 2021年中国纯棉内衣市场竞争格局透析

第一节 2021年中国纯棉内衣行业市场竞争总况

一、纯棉内衣市场竞争程度

二、价格竞争分析

三、营销方式竞争分析

第二节 2021年中国纯棉内衣与其它材质内衣竞争优劣势分析

一、纯棉内衣与化学纤维制内衣

二、纯棉内衣与丝制内衣

三、纯棉内衣与毛制内衣

第三节 2021年中国纯棉内衣市场集中度分析

第四节 2022-2028年中国纯棉内衣行业竞争趋势分析

第十二章 中国纯棉内衣重点企业关键性财务数据分析

第一节 四川浪莎控股股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第二节 江苏红豆实业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第三节 婷美集团保健科技有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第四节 北京爱慕内衣有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第五节 海南优美内衣有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第六节 南通海林集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第七节 浙江顺时针服饰有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第八节 青岛龙鹤制衣有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第九节 武汉爱帝集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第十节 广东嘉利诗（国际）服装纺织有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第十三章 2021年中国纯棉内衣主要原材料市场分析

第一节 棉花的经济特性

一、棉花的经济发展地位

二、棉花分级介绍

三、棉花的品种分级

四、棉花商品市场特点

第二节 中国棉花产区介绍

一、棉花生产布局的调整和商品基地的选建

二、中国棉区的划分

三、中国棉花优势区域布局

第三节 2021年中国棉花产业运行动态分析

一、棉花政策始终贯穿市场运行中

二、我国棉花企业已完成新体制改革

三、国内棉花主产品产值与收益

第四节 2021年中国天然彩棉产业运行分析

一、中国彩棉研发及生产状况

二、天然彩棉产业发展优势分析

三、国家应积极鼓励扩大彩棉种植规模

第五节 2022-2028年中国棉花市场前景预测

第十四章 2022-2028年中国纯棉内衣行业发展趋势与前景展望

第一节 2022-2028年中国纯棉内衣行业发展趋势分析

一、2022-2028年中国纯棉内衣需求发展趋势

- 二、2022-2028年中国纯棉内衣面料发展趋势
- 三、2022-2028年中国高端纯棉内衣市场的发展趋势
- 第二节 2022-2028年中国纯棉内衣行业流行趋势
 - 一、世界内衣行业流行趋势分析
 - 二、女性纯棉内衣款式流行趋势
 - 三、男式内衣流行趋势
 - 四、内衣颜色的潮流趋势
- 第三节 2022-2028年中国纯棉内衣行业市场预测分析
 - 一、纯棉内衣市场产销形势预测分析
 - 二、纯棉内衣行业市场进出口贸易预测分析
- 第四节 2022-2028年中国纯棉内衣市场盈利预测分析
- 第十五章 2022-2028年中国纯棉内衣行业投资盈利预测
 - 第一节 2021年中国纯棉内衣投资环境分析
 - 第二节 2022-2028年中国纯棉内衣行业投资机会分析
 - 一、纯棉内衣投资吸引力
 - 二、纯棉内衣区域投资潜力分析
 - 三、与产业链相关的投资机会分析
 - 第三节 2022-2028年中国纯棉内衣行业投资风险预警
 - 一、宏观调控政策风险
 - 二、市场竞争风险
 - 三、原料供给风险
 - 四、市场运营机制风险
 - 第四节 投资建议 (ZY LZQ)

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202012/919394.html>