

2009-2012年内衣行业投资 分析及深度研究咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2012年内衣行业投资分析及深度研究咨询报告》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/200908/23926.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

→内容简介

目前，中国内衣市场容量和出口增长潜力巨大，内衣出口到200多个国家和地区，将欧盟25国作为一个单独的市场来看待，创汇超过千万美元的就有22个市场。其中内衣出口创汇上亿美元的市场就有五个，分别是日本、欧盟、美国、香港和罗马尼亚，罗马尼亚市场成为中国内衣出口新兴转口市场。中国的内衣市场，年销售额在1000亿以上，且每年以近20%的速度在增长，在整体的市场中，女式内衣占到了60%，成为整个内衣行业的重中之重。与女性内衣不同的是，中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，国内品牌则从塔基做起。未来几年，将是中国男士内衣品牌发展的好时机，因此应该抓住这个商机抢先在男士内衣领域占据一定市场份额，确立自身的市场地位。保暖内衣市场经历了太多的市场磨砺，从广告战、价格战、口水战，导致这个行业正在逐渐失去消费者的信赖。价格愈加透明并且利润愈加微薄的保暖内衣新时代，让规模企业不得不思考，只有不断研发新品，才能突破现有的困局。

舒适性是内衣永恒的主题，绿色环保、功能、装饰性，是满足各种消费群体、消费结构的发展方向。充分利用各种天然纤维(以棉为主，包括毛、麻、丝)、改型天然纤维的同时，充分利用新型化纤，特别是差别化纤维原料开发具有舒适、功能性等特性的内衣产品是今后产品开发的必然趋势。比如，在普通织物中加入少量氨纶，可使内衣柔和贴身，穿着舒适美观。超细旦涤纶和丙纶内衣，有较好的吸湿、透气、柔软滑爽及提高保暖性特点。超细旦丙纶纤维还具有疏水导汗，且易洗快干。莫代尔等新型高科技纤维内衣具有真丝般的光泽，良好的导湿功能，穿着、洗涤、外观都优于普通化纤、棉制内衣。还有大豆蛋白纤维，其特点是手感舒适，美观，适合与棉毛丝等原料混纺。新原料将有力地推动内衣行业品种开发。随着经济的增长，社会的进步，人们对内衣的要求不仅注重质量、款式，而且追求时尚、品牌、个性。

尽管内衣业的比较优势正在逐步下降，但内衣业仍然是中国服装产业中最具活力、成长最快和最具发展前景的一个分支。其利润空间相对其他分支而言要高，风险也相对较小。比如胸罩，现在低档的一般每件也要5元左右，中档的每件20-100元，如是具有其他功能，那就要几百元了。而中高档的产品除了面料以外，主要是品牌、做工、质量等附加值。从中可以看出，内衣行业的利润空间较大。内衣行业想要发展必须要稳住价格、完善品质。要想把市场做大，就要确立一个正确的市场战略；要想细化市场，每个企业就要正确定位，企业成功了，行业才会繁荣、才能求得发展。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、

国家商务部、中国服装协会、中国纺织工业协会、中国服装协会内衣专业委员以及国内外相关刊物的基础信息，对我国内衣行业的发展现状及发展特点、供给与需求状况、区域发展状况、竞争格局等进行了详细的分析。报告论述了内衣行业的生产规模以及区域分布情况，重点突出了内业的生产与销售状况，以及面对国际市场竞争形势，中国服装业应采取的应对措施。报告还根据内业细分的主要产品类别，如女性内衣、男士内衣、保暖内衣、情趣内衣等进行系统地分析，同时就重点省市和领先品牌发展状况、市场策略、竞争优势进行了详细研究。本报告内容丰富、数据详细，在撰写的过程中，运用了大量的图、表，分析深入，且有独到的见解，是内衣生产、贸易、零售、纺织企业等相关单位准确了解目前内衣行业发展现状，把握行业发展趋势，制定发展战略，规避风险，投资、决策的有力助手。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展概况分析

第一章 内衣相关知识 1

第一节 内衣行业相关知识 1

一、内衣定义 1

二、内衣简史 1

三、内衣分类 5

四、内衣尺寸选择 6

第二节 内衣行业分类概述 9

一、紧身内衣 9

二、情趣内衣 10

三、整形内衣 12

第三节 内衣行业特点分析 13

一、内衣行业特点 13

二、行业生产要素分析 16

第二章 国外内衣行业发展情况 18

第一节 世界内衣市场分析 18

一、世界内业发展历程 18

二、世界内衣行业发展特征分析 19

三、2011-2015年全球内衣市场产品预测 20

第二节 美国内衣市场分析 21

一、2009年美国内衣企业发展情况 21

二、2009年美国进口内衣情况 22

第三节 日本内衣市场分析 27

一、日本内衣发展情况 27

二、2009年日本内衣发展情况 29

三、2009-2010年日本内衣企业开发情况 30

第四节 其他国家内衣市场分析 31

一、欧盟内衣消费市场分析 31

二、俄罗斯内衣市场发展情况 31

三、2009年韩国内衣市场发展情况 33

第三章 纺织行业发展状况 35

第一节 2009年纺织行业运行情况 35

一、2009年纺织业景气指数分析 35

二、2009年上半年纺织行业固定资产投资情况 37

三、2009年上半年纺织行业企业运行分析 37

四、2009年上半年纺织产品产量分析 38

五、2009年上半年我国纺织行业运行形势 56

第二节 2009年我国纺织行业发展分析 59

一、2009年上半年纺织行业发展态势 59

二、2009年纺织业原料市场发展情况 61

三、2009年上半年纺织行业需求分析 64

四、2009年纺织工业发展的主要拉动力 66

五、2009年出口退税政策对我国纺织行业出口的作用 66

第三节 2009年上半年纺织业绩效分析 70

一、2009年上半年行业产销情况 70

二、2009年上半年行业发展规模 72

三、2009年上半年行业盈利能力 73

四、2009年上半年行业经营发展能力 75

五、2009年上半年行业偿债能力 77

第四节 2009-2011年《纺织工业调整和振兴规划》 78

一、纺织工业现状及面临的形势 78

二、指导思想、基本原则与目标	79
三、产业调整和振兴的主要任务	81
四、政策措施及保障条件	85
五、规划实施	87
第四章 2009年中国内衣行业发展状况	88
第一节 2009年内衣行业发展状况	88
一、2009年内衣行业发展态势	88
二、2009年内衣市场规模化分析	90
三、2009年中国内衣品牌发展情况	93
第二节 2009年内衣行业发展现状	94
一、2009年功能型内衣品牌销售情况	94
二、中国内衣服业经历的色彩化变革	95
三、2009年内衣市场销售情况	98
四、2009年内衣市场消费情况	102
第三节 2009年内衣行业发展态势	103
一、针织内衣市场发展状况	103
二、2009年内衣品牌市场发展态势	104
三、2009年羽绒无缝内衣市场形势分析	109
第五章 内衣细分市场发展状况	111
第一节 女性内衣市场发展状况	111
一、2009年女性内衣销售情况分析	111
二、女性内衣的消费者特征变化	112
三、女性内衣销售渠道	114
四、女性内衣发展趋势	115
五、女性内衣企业发展策略	116
第二节 男士内衣市场发展状况	117
一、2009年男士内衣发展情况	117
二、2009年男士内衣市场发展前景	119
三、2009年国内男士内衣品牌发展情况	121
四、男士内衣品牌发展策略	123
五、2009年男士内衣流行趋势	126
第三节 保暖内衣市场发展状况	127

- 一、2009年全国保暖内衣市场销售情况 127
- 二、2009年中国保暖内衣业发展存在的问题 129
- 三、2009年保暖内衣行业发展策略 131
- 四、2009-2010年保暖内衣市场发展趋势 134
- 第四节 情趣内衣市场发展状况 138
 - 一、2009年情趣内衣市场发展情况 138
 - 二、2009年情趣内衣市场发展前景 139
 - 三、情趣内衣市场细分化分析 141
 - 四、情趣内衣市场的发展机会 141
- 第五节 家居服市场发展状况 142
 - 一、家居服市场发展前景 142
 - 二、2009年家居服市场发展情况 144
 - 三、家居服市场存在的问题及策略 149
 - 四、2009-2010年中国家居服竞争格局预测 153
- 第六章 内衣市场消费者分析 157
 - 第一节 内衣消费者现状 157
 - 一、我国内衣消费者构成分析 157
 - 二、内衣消费者调查 160
 - 三、内衣消费者需求分析 164
 - 第二节 内衣消费者购买行为分析 165
 - 一、消费者购买行为类型 165
 - 二、影响消费者购买行为因素分析 171
 - 三、内衣购买行为分析 173
 - 四、消费者内衣消费观念分析 178
 - 五、消费者购买内衣偏好调查 186
- 第二部分 行业竞争格局分析
- 第七章 内衣行业区域发展分析 189
 - 第一节 广东省内衣市场发展状况 189
 - 一、2008-2009年广东省内衣市场发展情况 189
 - 二、广东省中山市小榄镇内衣发展情况 201
 - 三、广东汕头潮阳区谷饶镇针织内衣发展 202
 - 第二节 福建省内衣市场发展状况 204

一、2008-2009年福建省内衣市场发展情况	204
二、2009年晋江内衣品牌发展分析	212
第三节 浙江内衣市场发展状况	213
一、2008-2009年浙江省内衣市场发展情况	213
二、2009年浙江内衣企业发展分析	225
三、2009年义乌内衣市场销售情况	226
第四节 湖北省内衣市场发展状况	228
一、2008-2009年湖北省内衣市场发展情况	228
二、湖北内衣市场销售情况	231
三、湖北内衣市场竞争趋势	233
第五节 其他区域内衣市场发展状况	235
一、上海内衣市场分析	235
二、北京内衣市场分析	237
三、2009年河北内衣市场分析	238
第八章 2009年内衣行业竞争格局	242
第一节 内衣行业竞争特点分析	242
一、产业集群综合优势	242
二、内销与外销	242
三、国有与私营	244
四、贴牌与生产	244
五、国外与国内	246
六、品牌与营销	246
七、行业竞争性分析	247
第二节 内衣行业竞争现状	248
一、2008年内衣市场品牌集中度	248
二、2008-2009年国内外内衣市场竞争情况	250
三、2009年中国高端内衣市场竞争情况	251
第三节 内衣行业竞争格局	252
一、2009年内衣使用面料竞争格局	252
二、2009年国内外内衣品牌竞争格局	255
三、名牌内衣与非名牌内衣的竞争格局	258
第九章 内衣重点企业分析	259

第一节 黛安芬 259

一、公司概况 259

二、黛安芬内衣营销策略 261

三、2009年公司动态 264

第二节 三枪公司 266

一、公司概况 266

二、三枪针织内衣营销情况 267

三、2009年公司动态 271

第三节 安莉芳集团 272

一、公司概况 272

二、2008-2009年公司经营情况 273

三、2009年公司动态 275

第四节 上海南极人纺织品发展有限公司 276

一、公司概况 276

二、2009年南极人内衣发展情况 277

三、公司应对金融危机的策略 278

第五节 婷美保健科技集团 280

一、公司概况 280

二、婷美内衣营销策略分析 282

三、2009年公司动态 288

第六节 AB内衣有限公司 290

一、公司概况 290

二、2009年公司动态 291

第七节 曼妮芬集团 292

一、公司概况 292

二、2009年公司动态 293

第八节 红豆集团 294

一、公司概况 294

二、2008-2009年公司经营状况 297

三、2009年公司动态 301

第九节 上海北极绒纺织品有限公司 303

一、公司概况 303

二、公司经营策略	304
第十节 上海古今内衣有限公司	304
第三部分 行业发展策略及趋势分析	
第十章 内衣行业市场营销策略	307
第一节 2009年品牌内衣企业的营销创新模式	307
一、渠道的创新	307
二、终端的创新	308
三、设计创新	308
第二节 内衣品牌发展策略	309
一、从区域知名品牌到全国知名品牌	309
二、从单项品牌到全能品牌	309
三、从经销商品牌到消费者品牌	309
四、从单一品牌到多品牌	310
五、从外销品牌到内销品牌	310
第三节 内衣企业应变市场变化的策略	310
一、改变心态	311
二、产品创新升级	312
三、创新营销模式	313
第四节 品牌内衣市场开拓战略	314
一、“滚雪球”战略	314
二、“采蘑菇”战略	315
三、“保龄球”战略	316
四、“农村包围城市”战略	317
五、“撒网开花”战略	318
第十一章 内衣行业经营策略	320
第一节 内衣品牌营销经营战略方针	320
一、知己知彼、百战不殆	320
二、避实就虚、攻击软肋	320
三、快速强攻、先发制人	322
四、以强攻弱、集中攻击	322
五、抢位营销、量力而行	323
第二节 内衣连锁专卖经营策略	324

- 一、内衣连锁专卖发展状况 324
- 二、内衣连锁终端机遇分析 326
- 三、内衣连锁终端发展趋势分析 327
- 四、内衣连锁终端发展策略 328
- 五、内衣连锁终端发展前景分析 331
- 六、内衣连锁经营利弊分析 335
- 七、内衣专卖店模式分析 341
- 八、内衣超市经营模式分析 350
- 第三节 内衣行业经营策略 350
 - 一、内衣行业品牌战略分析 350
 - 二、我国内衣品牌定位与规划策略 352
 - 三、中国内衣行业发展策略 353
 - 四、内衣企业长久发展策略 359
 - 五、内衣企业突破发展瓶颈策略 360
- 第十二章 内衣行业发展趋势 364
 - 第一节 2009年内衣行业发展前景分析 364
 - 一、我国内衣市场发展前景 364
 - 二、2009年高性能运动内衣市场销售潜力 366
 - 三、2009年纯派护肤内衣发展前景 369
 - 四、2009年环保内衣市场发展前景 370
 - 五、竹炭纤维内衣消费前景 371
 - 第二节 2009年内衣行业发展趋势 372
 - 一、2009年内衣设计奢华趋势 372
 - 二、2009年内衣市场增长趋势 373
 - 第三节 2009-2012年中国内衣行业发展趋势 374
 - 一、2009-2012我国内衣市场前景预测 374
 - 二、2009-2012年内衣市场发展方向预测 376
- 第四部分 行业投资分析
 - 第十三章 内衣行业投资环境分析 377
 - 第一节 经济发展环境分析 377
 - 一、2008年中国宏观经济运行情况 377
 - 二、2008-2009年上半年我国宏观经济景气指数情况 394

三、2009年上半年我国宏观经济运行分析	399
四、2009-2010年中国宏观经济趋势预测	407
五、2009-2010年投资趋势及其影响预测	411
第二节 政策法规环境分析	414
一、解读《纺织工业调整和振兴规划》	414
二、2009年纺织品服装出口退税率提高	418
三、2009年9月国内纺织行业色彩标准实施	419
第三节 社会发展环境分析	420
一、2008-2009年上半年居民消费价格分类指数分析	420
二、2009年上半年全国居民收入情况分析	429
三、2009年上半年全国社会消费品零售总额	429
四、2009年上半年全国居民消费价格分析	430
五、2009年上半年全国城镇投资情况	431
第十四章 内衣行业投资情况	446
第一节 行业投资情况	446
一、行业利润和风险分析	446
二、行业产品生命周期分析	446
三、行业规模经济效应分析	446
第二节 行业投资情况机会及风险	447
一、男士内衣店投资机会分析	447
二、男士内衣店投资风险	448
三、情趣内衣投资机会分析	451
四、内衣店的投资机遇分析	451
图表目录：	
图表：2009年1-3月美国丝制内衣进口金额	22
图表：2009年1-3月美国丝制内衣进口数量	23
图表：2009年1-3月美国从国外进口丝制内衣单价情况	23
图表：2009年1-3月全美棉制内衣进口金额排名前五位的国家和地区	24
图表：2009年1-3月全美棉制内衣进口数量排名前五位的国家和地区	24
图表：2009年1-3月全美棉制内衣部分国家进口平均单价情况	25
图表：2009年1-3月美国进口内衣情况	25
图表：2009年1-4月美国化纤制内衣进口金额排名前5位的国家和地区	26

图表：2009年1-4月美国化纤制内衣进口数量排名前5位的国家和地区 26

图表：2009年1-4月美国从部分国家和地区进口化纤制内衣单价情况 26

图表：2009年2-6月棉布产量全国合计 38

图表：2009年2-6月棉布产量北京市合计 38

图表：2009年2-6月棉布产量天津市合计 39

图表：2009年2-6月棉布产量河北省合计 39

图表：2009年2-6月棉布产量山西省合计 39

图表：2009年2-6月棉布产量辽宁省合计 39

图表：2009年2-6月棉布产量吉林省合计 40

图表：2009年2-6月棉布产量上海市合计 40

图表：2009年2-6月棉布产量江苏省合计 40

图表：2009年2-6月棉布产量浙江省合计 40

图表：2009年2-6月棉布产量安徽省合计 41

图表：2009年2-6月棉布产量福建省合计 41

图表：2009年2-6月棉布产量江西省合计 41

图表：2009年2-6月棉布产量山东省合计 41

图表：2009年2-6月棉布产量河南省合计 42

图表：2009年2-6月棉布产量湖北省合计 42

图表：2009年2-6月棉布产量湖南省合计 42

图表：2009年2-6月棉布产量广东省合计 42

图表：2009年2-6月棉布产量广西区合计 43

图表：2009年2-6月棉布产量重庆市合计 43

图表：2009年2-6月棉布产量四川省合计 43

图表：2009年2-6月棉布产量贵州省合计 43

图表：2009年2-6月棉布产量云南省合计 44

图表：2009年2-6月棉布产量陕西省合计 44

图表：2009年2-6月棉布产量甘肃省合计 44

图表：2009年2-6月棉布产量新疆区合计 44

图表：2009年2-6月棉布产量内蒙古合计 45

图表：2009年2-6月混纺交织布产量全国合计 45

图表：2009年2-6月混纺交织布产量北京市合计 45

图表：2009年2-6月混纺交织布产量天津市合计 45

图表：2009年2-6月混纺交织布产量河北省合计 46

图表：2009年2-6月混纺交织布产量山西省合计 46

图表：2009年2-6月混纺交织布产量辽宁省合计 46

图表：2009年2-6月混纺交织布产量吉林省合计 46

图表：2009年2-6月混纺交织布产量黑龙江合计 47

图表：2009年2-6月混纺交织布产量上海市合计 47

图表：2009年2-6月混纺交织布产量江苏省合计 47

图表：2009年2-6月混纺交织布产量浙江省合计 47

图表：2009年2-6月混纺交织布产量安徽省合计 48

图表：2009年2-6月混纺交织布产量福建省合计 48

图表：2009年2-6月混纺交织布产量江西省合计 48

图表：2009年2-6月混纺交织布产量山东省合计 48

图表：2009年2-6月混纺交织布产量河南省合计 49

图表：2009年2-6月混纺交织布产量湖北省合计 49

图表：2009年2-6月混纺交织布产量湖南省合计 49

图表：2009年2-6月混纺交织布产量广东省合计 49

图表：2009年2-6月混纺交织布产量广西区合计 50

图表：2009年2-6月混纺交织布产量重庆市合计 50

图表：2009年2-6月混纺交织布产量四川省合计 50

图表：2009年2-6月混纺交织布产量贵州省合计 50

图表：2009年2-6月混纺交织布产量陕西省合计 51

图表：2009年2-6月混纺交织布产量甘肃省合计 51

图表：2009年2-6月丝产品产量全国合计 51

图表：2009年2-6月丝产品产量山西省合计 51

图表：2009年2-6月丝产品产量辽宁省合计 52

图表：2009年2-6月丝产品产量江苏省合计 52

图表：2009年2-6月丝产品产量浙江省合计 52

图表：2009年2-6月丝产品产量安徽省合计 52

图表：2009年2-6月丝产品产量江西省合计 53

图表：2009年2-6月丝产品产量山东省合计 53

图表：2009年2-6月丝产品产量河南省合计 53

图表：2009年2-6月丝产品产量湖北省合计 53

图表：2009年2-6月丝产品产量湖南省合计 54

图表：2009年2-6月丝产品产量广东省合计 54

图表：2009年2-6月丝产品产量广西区合计 54

图表：2009年2-6月丝产品产量重庆市合计 54

图表：2009年2-6月丝产品产量四川省合计 55

图表：2009年2-6月丝产品产量贵州省合计 55

图表：2009年2-6月丝产品产量云南省合计 55

图表：2009年2-6月丝产品产量陕西省合计 55

图表：2009年2-6月丝产品产量内蒙古合计 56

图表：2009年1-6月纺织行业工业总产值增速情况 56

图表：2009年1-6月纺织行业主要产品产量增长情况 57

图表：2009年1-6月纺织工业固定资产投资增长情况 57

图表：2009年1-6月纺织行业规模以上企业内销增速 58

图表：2009年1-5月全国纺织业累计产成品 70

图表：2009年1-5月全国纺织业累计产成品比上年同期增长 70

图表：2009年1-6月全国纺织业新产品产值 70

图表：2009年1-6月全国纺织业新产品产值比上年同期增长 70

图表：2009年1-5月全国纺织业主营业务收入 71

图表：2009年1-5月全国纺织业主营业务收入比上年同期增长 71

图表：2009年1-3月全国纺织业累计工业总产值（当年价格） 71

图表：2009年1-3月全国纺织业工业累计总产值比上年同期增长（当年价格） 71

图表：2009年1-6月全国纺织业累计工业销售产值 71

图表：2009年1-6月全国纺织业累计工业销售产值比上年同期增长 72

图表：2009年1-5月全国纺织业主营业务成本 72

图表：2009年1-5月全国纺织业主营业务成本比上年同期增长 72

图表：2009年1-5月全国纺织业全部从业人数平均个数 72

图表：2009年1-5月全国纺织业全部从业人数平均比上年同期增长 72

图表：2009年1-6月全国纺织业累计企业单位数 73

图表：2009年1-5月全国纺织业累计亏损企业单位数 73

图表：2009年1-5月全国纺织业累计亏损企业单位数比上年同期增长 73

图表：2009年1-5月全国纺织业资产总计 73

图表：2009年1-5月全国结构性金属制品资产总计比上年同期增长 73

图表：2009年1-5月全国纺织业利润总额 74

图表：2009年1-5月全国纺织业利润总额比上年同期增长 74

图表：2009年1-5月全国纺织业累计亏损企业亏损总额 74

图表：2009年1-5月全国纺织业累计亏损企业亏损总额比上年同期增长 74

图表：2009年1-5月全国纺织业负债合计 74

图表：2009年1-5月全国纺织业负债合计比上年同期增长 75

图表：2009年1-5月全国纺织业流动资产净值平均余额 75

图表：2009年1-5月全国纺织业流动资产净值平均余额比上年同期增长 75

图表：2009年1-6月全国纺织业出口交货值 75

图表：2009年1-6月全国纺织业出口交货值比上年同期增长 75

图表：2009年1-5月全国纺织业主营业务税金及附加 76

图表：2009年1-5月全国纺织业主营业务税金及附加比上年同期增长 76

图表：2009年1-5月全国纺织业管理费用 76

图表：2009年1-5月全国纺织业管理费用比上年同期增长 76

图表：2009年1-5月全国纺织业财务费用 76

图表：2009年1-5月全国纺织业财务费用比上年同期增长 77

图表：2009年1-5月全国纺织业利息支出 77

图表：2009年1-5月全国纺织业利息支出比上年同期增长 77

图表：2009年1-5月全国纺织业应收帐款净额 77

图表：2009年1-5月全国纺织业应收帐款净额比上年同期增长 77

图表：2009年1-5月全国纺织业营业费用 78

图表：2009年1-5月全国纺织业营业费用比上年同期增长 78

图表：2009年1季度企业内衣销售排名变化 99

图表：2009年1季度内衣各类市场领先品牌排名格局变化 101

图表：购买行为的4种类型 167

图表：消费者购买一次内裤的时间间隔 173

图表：男女性消费者购买内裤档次比较 174

图表：不同年龄段消费者购买内裤时间间隔比较 175

图表：不同年龄消费者购买内裤的平均时间间隔 175

图表：内衣品牌知晓度 176

图表：内衣购买时机 176

图表：影响内衣购买的因素 176

图表：内衣款式偏好 177

图表：内衣面料偏好 177

图表：内衣色彩偏好 177

图表：内衣价格偏好 177

图表：男性的内衣消费购买时机调查情况 187

图表：男性的内衣消费购买因素调查情况 187

图表：男性的内衣消费对面料要求调查情况 188

图表：男性对内衣颜色的偏好 188

图表：女性对内衣颜色的偏好: 188

图表：女性内衣风格的偏好 188

图表：2009年2季度河北省内衣产品质量监督抽查不合格企业名单 239

图表：安莉芳集团国内销售网络 273

图表：AB集团国内销售网络 291

图表：AB集团国际销售网络 291

图表：曼妮芬集团国内营销网络 293

图表：2008年4季度中国江苏红豆实业股份有限公司主营构成表 297

图表：2008-2009年1季度中国江苏红豆实业股份有限公司每股指标 298

图表：2008-2009年1季度中国江苏红豆实业股份有限公司获利能力表 298

图表：2008-2009年1季度中国江苏红豆实业股份有限公司经营能力表 298

图表：2008-2009年1季度中国江苏红豆实业股份有限公司偿债能力表 299

图表：2008-2009年1季度中国江苏红豆实业股份有限公司资本结构表 299

图表：2008-2009年1季度中国江苏红豆实业股份有限公司发展能力表 299

图表：2008-2009年1季度中国江苏红豆实业股份有限公司现金流量分析表 299

图表：2008-2009年1季度中国江苏红豆实业股份有限公司利润分配表 300

图表：2008年1-4季度国内生产总值 377

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度 378

图表：2004-2008年居民消费价格指数涨跌幅度 378

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度 379

图表：2004-2008年年末国家外汇储备 379

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度 380

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度 381

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度 382

图表：2008年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度 383

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度 384

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度 384

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 385

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力 386

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况 386

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度 387

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 388

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度 388

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度 389

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度 389

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 390

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度 390

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度 391

图表：2008年人口数及其构成 392

图表：2004-2008年农村居民人均可支配收入及其增长速度 392

图表：2004-2008年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 393

图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 394

图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 394

图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 394

图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 394

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 395

图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 395

图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 395

图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 395

图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 395

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 396

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 396

图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 396

图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 396

图表：2009年2月我国宏观经济景气指数 397

图表：2009年3月我国宏观经济景气指数 397

图表：2009年4月我国宏观经济景气指数 398

图表：2009年5月我国宏观经济景气指数 398

图表：2009年6月我国宏观经济景气指数 399

图表：2009年1季度居民消费价格指数走势图 402

图表：2009年1季度我国进出口贸易情况走势图 403

图表：2009年1季度我国国民经济运行数据 403

图表：2008-2009年5月CPI、PPI涨幅走势图 404

图表：2008-2009年5月全国70大中城市房价涨幅走势图 404

图表：2008-2009年5月进出口总值 405

图表：2007-2009年5月中国宏观经济景气指数气势 405

图表：2008-2009年5月中国宏观经济景气指数预警信号图 406

图表：2007-2009年5月中国消费信心指数走势图 406

图表：2007-2009年居民收入感受和预期指数 407

图表：2009年6月CPI创近十年新低 407

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析 420

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析 421

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析 421

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析 422

图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析 422

图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析 423

图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析 423

图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析 424

图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析 424

图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析 425

图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析 425

图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析 426

图表：2009年1月居民消费价格分类指数分析 426

图表：2009年2月居民消费价格分类指数分析 427

图表：2009年3月居民消费价格分类指数分析 427

图表：2009年4月居民消费价格分类指数分析 428

图表：2009年5月居民消费价格分类指数分析 428

图表：2009年6月居民消费价格分类指数分析 429

图表：2009年1-2月城镇固定资产投资情况 431
图表：2009年1-3月城镇固定资产投资情况 432
图表：2009年1-4月城镇固定资产投资情况 433
图表：2009年1-5月城镇固定资产投资情况 434
图表：2009年1-6月城镇固定资产投资情况 435
图表：2009年1-2月各行业城镇投资情况 436
图表：2009年1-3月各行业城镇投资情况 437
图表：2009年1-4月各行业城镇投资情况 438
图表：2009年1-5月各行业城镇投资情况 439
图表：2009年1-6月各行业城镇投资情况 440
图表：2009年1-2月各地区城镇投资情况 441
图表：2009年1-3月各地区城镇投资情况 442
图表：2009年1-4月各地区城镇投资情况 443
图表：2009年1-5月各地区城镇投资情况 444
图表：2009年1-6月各地区城镇投资情况 445

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200908/23926.html>