



WOMEN'S UNDERWEAR CONSUMPTION TRENDS REPORT

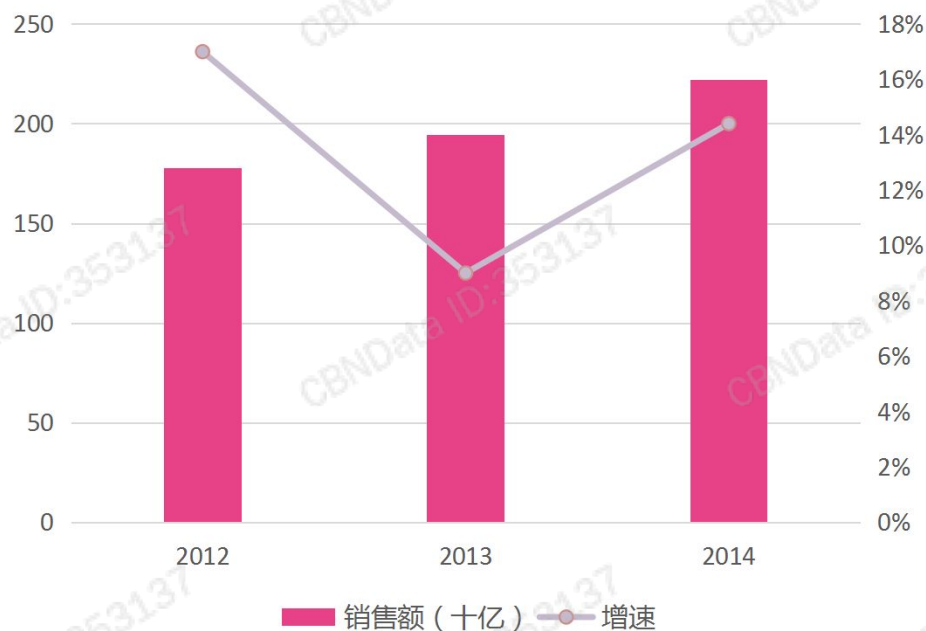
女性内衣消费趋势报告

CBNData
第一财经商业数据中心

我国贴身衣物行业目前处于成长阶段，行业存在巨大的发展潜力

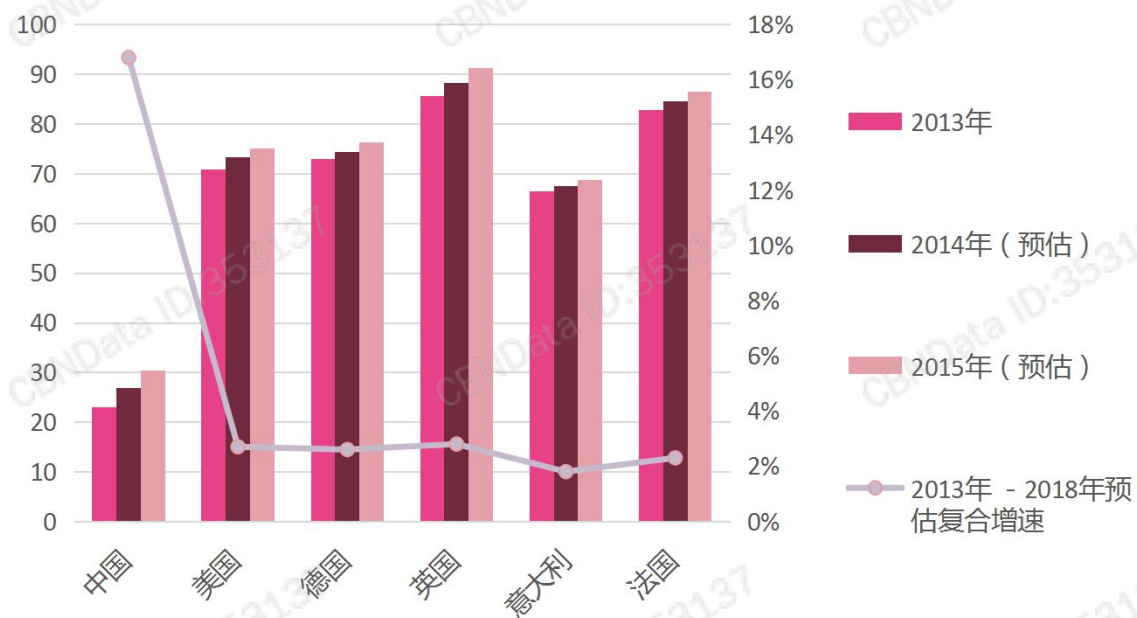
- 国内贴身衣物行业总体仍处于成长阶段，每年保持两位数以上增长
- 当前国内贴身衣物消费习惯较为落后，人均支出大约只有发达国家的一半左右
- 预计在未来几年内，这一差距将快速缩小，国内贴身衣物消费理念加速成熟

国内贴身衣物销售规模及增速



资料来源：国泰君安-贴身衣物行业深度报告

按国家贴身衣物人均支出（美元）

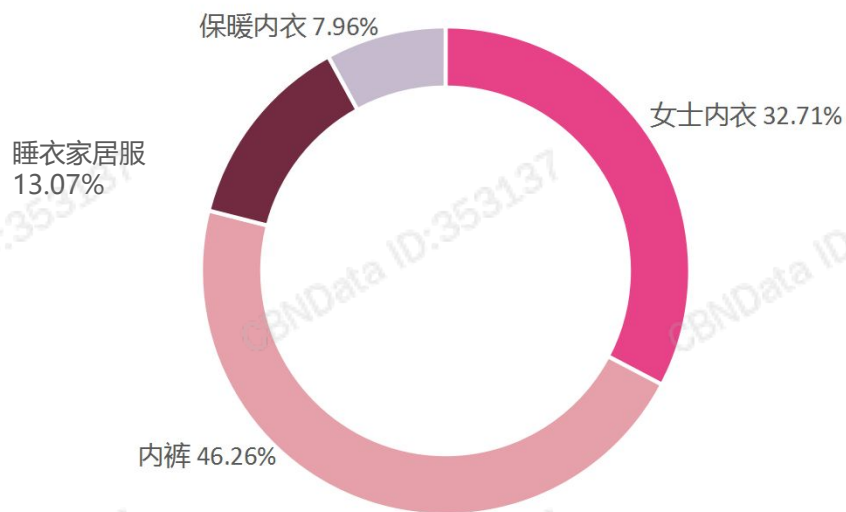


资料来源：国泰君安-贴身衣物行业深度报告

女性内衣是贴身衣物行业的重要组成部分，消费习惯的快速成熟给该行业的发展带来了市场红利

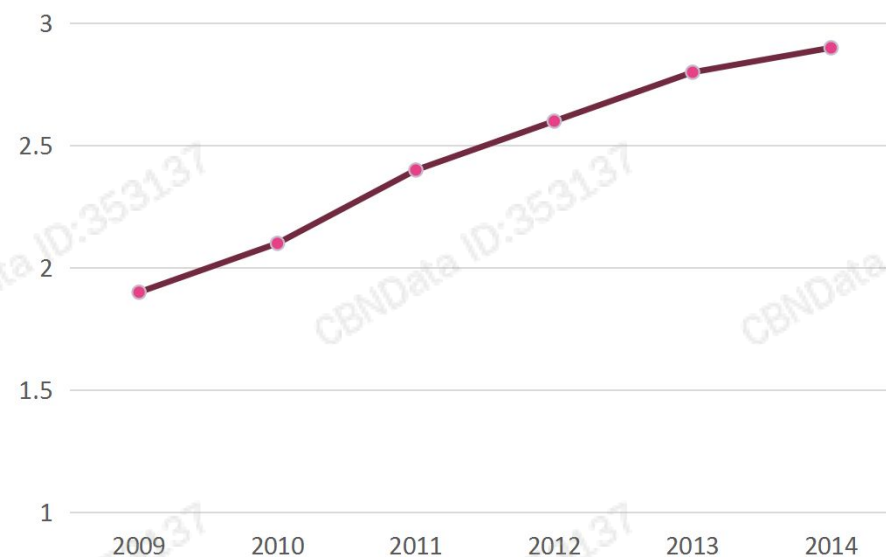
- 以女性内衣市场为例，在国内贴身衣物市场中的占比超三成，是行业的重要组成部分
- 女性内衣市场规模将随总体规模发展而扩大
- 国内女性内衣人均消费频次逐年提高，消费习惯逐渐成熟，与总体贴身衣物市场消费趋势一致

按类别国内贴身衣物市场构成（2013）



资料来源：国泰君安-贴身衣物行业深度报告

国内女性内衣人均消费频次

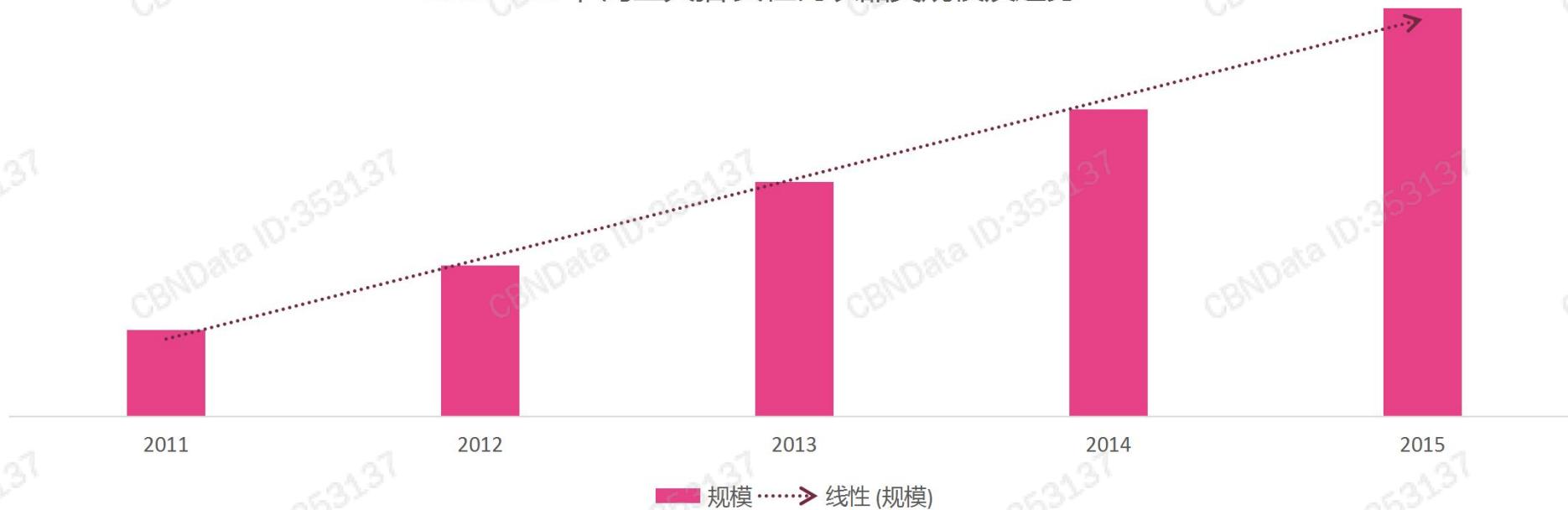


资料来源：公开资料

但行业线下市场发展面临瓶颈，电子商务成为拉动行业增长的引擎

- 随着一二线城市线下渠道接近饱和，女性内衣行业门店建设不确定性及风险大幅增加
- 与此同时，线上女性内衣市场稳定增长，保持良好的发展势头
- 以淘宝天猫为例，其女性内衣品类规模近年来实现了稳定的增长

2011-2015年 淘宝天猫 女性内衣品类规模及趋势



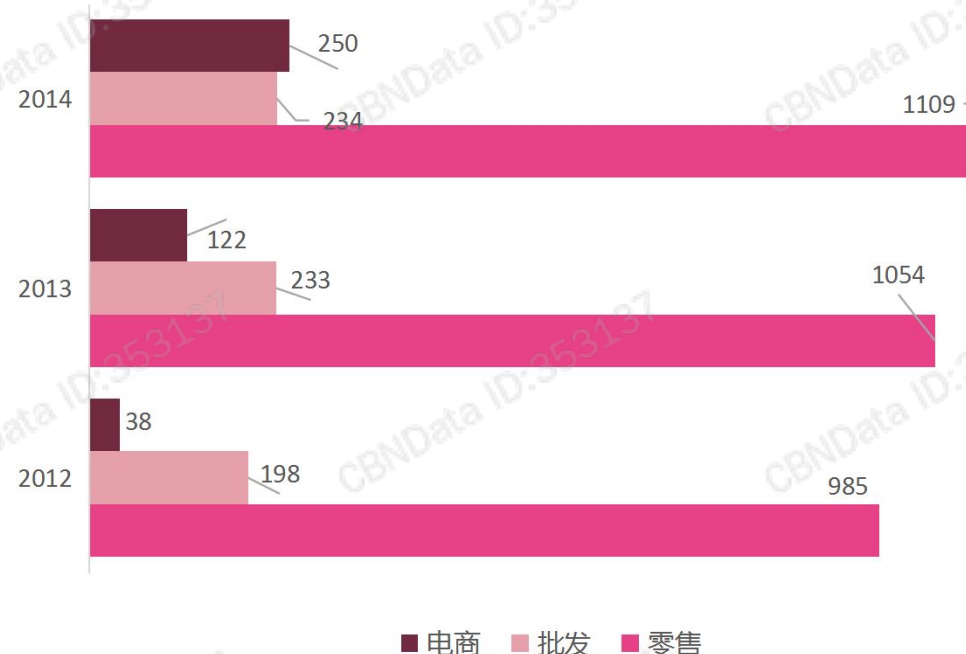
资料来源：公开资料

市场热点的转变促使行业龙头企业纷纷发力电商

- 都市丽人、安莉芳和汇洁集团是国内三家女性内衣上市企业。除都市丽人在上市后大幅度拓宽三四线城市线下渠道外，其他两家企业15年线下渠建设均有所放缓
- 14年末安莉芳共经营2,317个线下网点，当年仅增加45家门店。在其14年年报中表示，15年线下渠道铺设将会更加谨慎，转而关注电商渠道，预计15年线下渠道规模与14年持平
- 汇洁集团2014年继续发力电商，同年实体门店数减少了44家，电商规模以三位数增长



汇洁集团按渠道销售收入（百万）

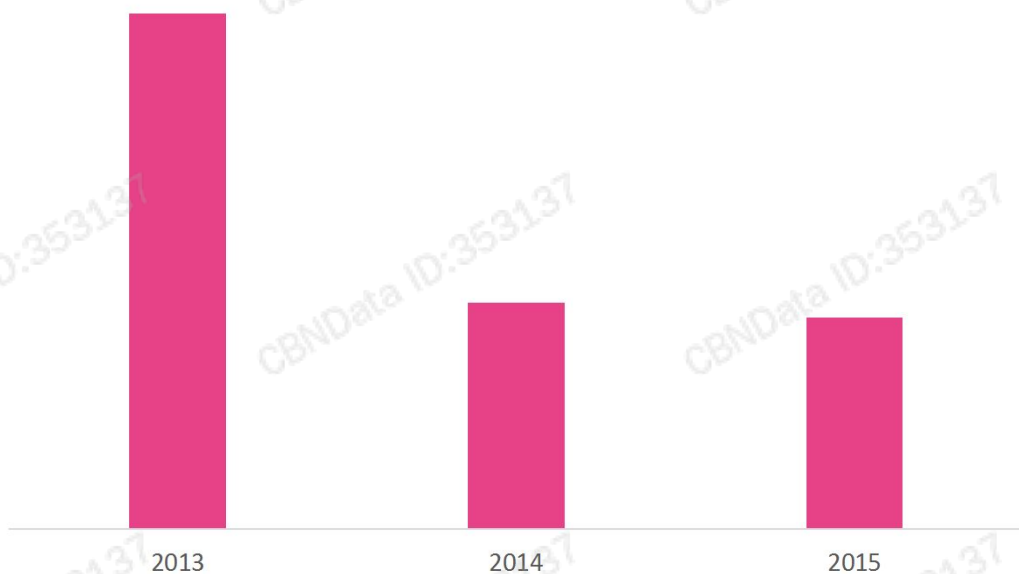


资料来源：公开资料

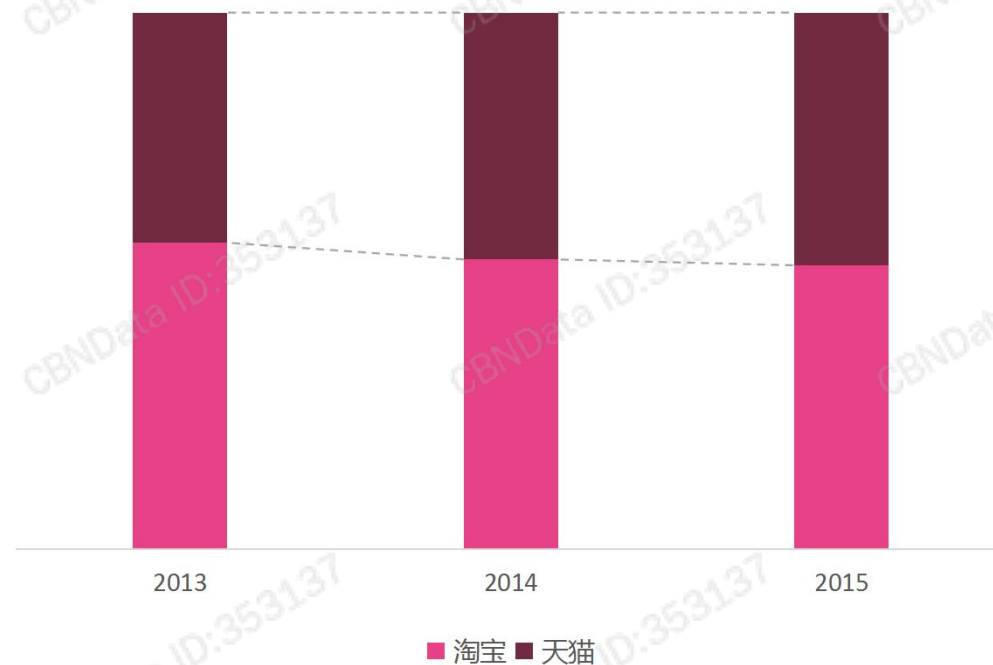
女性内衣行业在线上呈现出品牌化的消费趋势

- 随着生活水平的提高与消费观念的转变，消费者品牌意识加强，女性内衣市场白牌（无品牌）产品占比逐年降低，市场逐步规范化
- 天猫的市场份额也在不断扩大，和淘宝各占半壁江山

按年份 线上女性内衣行业白牌占比



按年份 女性内衣行业淘宝/天猫规模占比

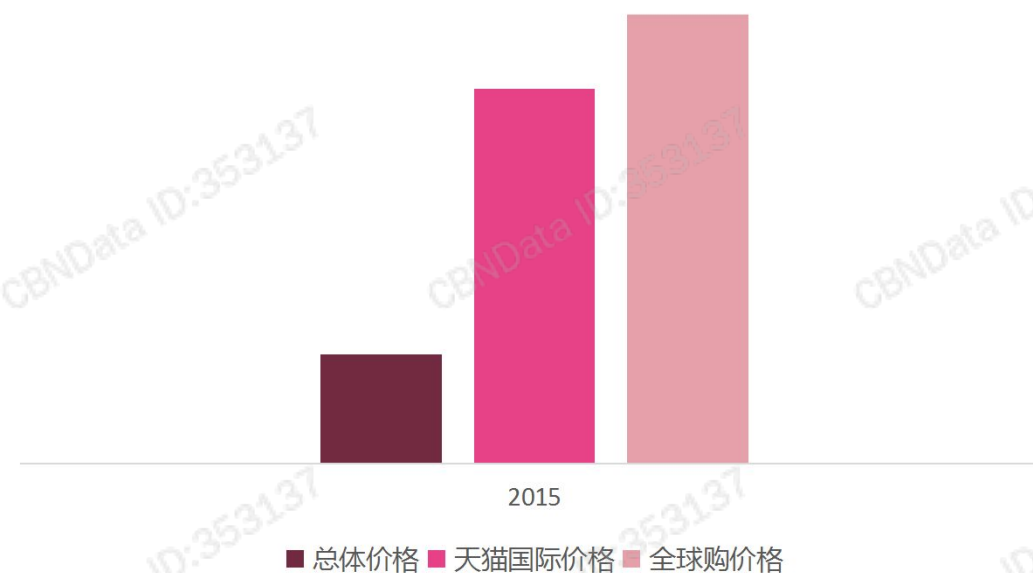


高端消费需求也日益凸显，女性内衣的海淘规模实现两位数以上增长

- 全球购和天猫国际的增速迅猛，两者价格也显著高于总体均价，高端化趋势逐渐凸显



2015年 女性内衣分渠道价格



同时，消费者需求更为精细，集中体现在功能需求和搭配需求

- 消费者需求也更为精细，除舒适度外，女性内衣的功能性也逐渐成为女性消费者挑选女性内衣时重要的考虑因素
- 另外，随着人们审美观念的逐步提升，女性消费者也更加注重女性内衣与服饰、生活场景的搭配



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17262

