

内衣

文胸

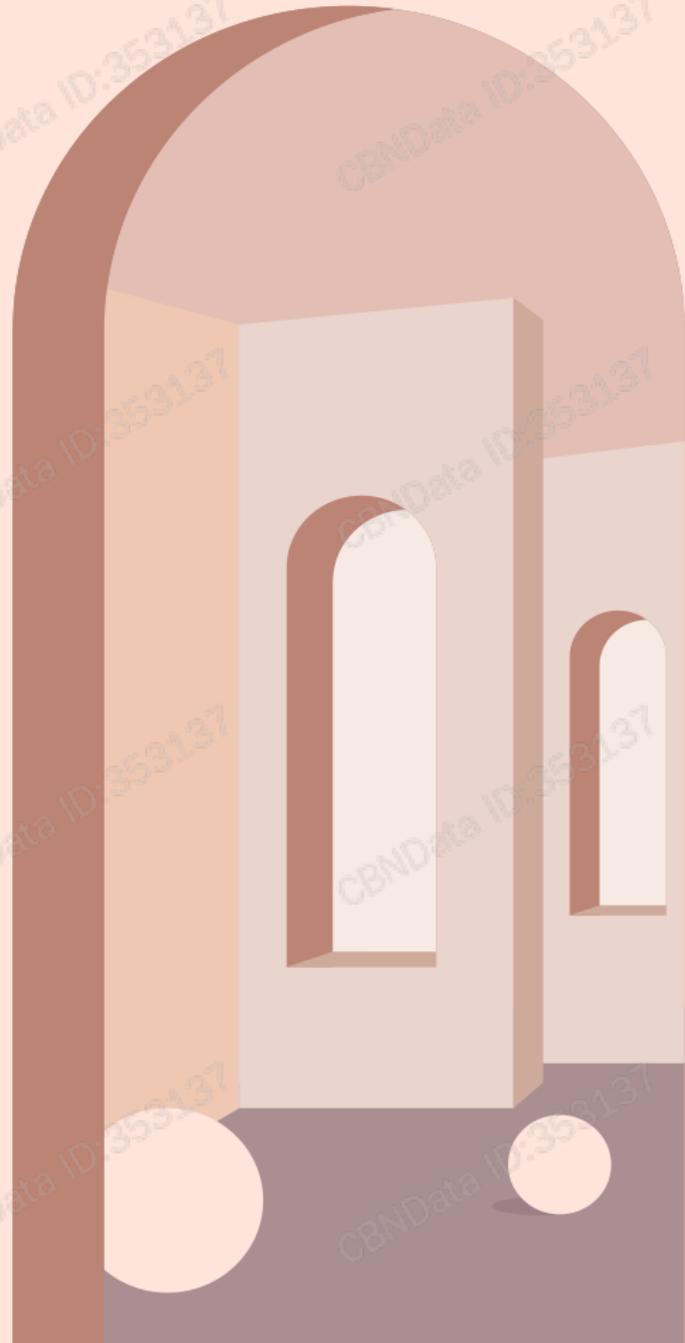
无尺码

# 2021 女性无尺码内衣 白皮书

CBNDATA × Ubras

第一财经商业数据中心

© 2021 CBNDATA. All rights reserved.



# TABLE OF CONTENTS 目录



第一部分：  
无尺码革新  
女性内衣  
市场

第二部分：  
无尺码内衣  
“新物种”  
崛起背后的  
原因？

第三部分：  
无尺码内衣  
带来的“舒适  
新主义”

第四部分：  
无尺码内衣  
的“新标准”

1 2 3 4

An illustration of a woman with long dark hair, wearing a white, backless, long-sleeved dress. She is shown in profile, looking to the left. To her left is a stylized plant with several large, light-colored leaves. The background consists of warm, muted tones of brown and orange, with a large, semi-circular shape behind the woman. The entire image is overlaid with a repeating watermark: 'CBNDData ID:353137'.

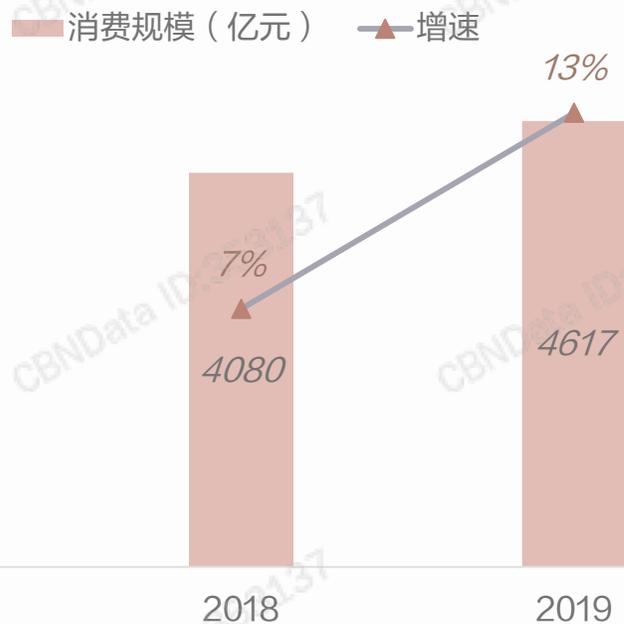
01

# 无尺码革新 女性内衣市场

## 整体内衣市场刚需升级，线上渠道权重加大

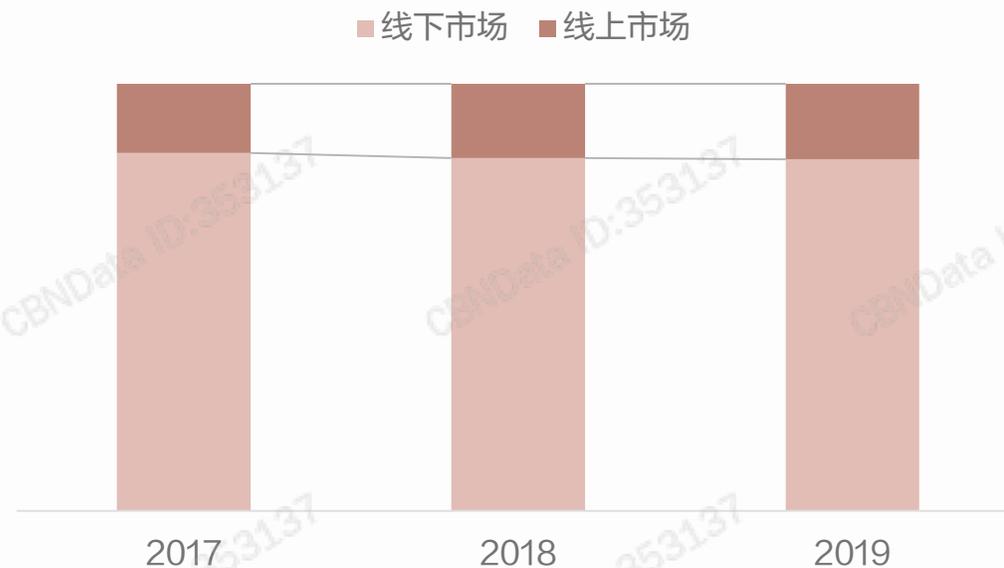
整体内衣市场规模持续增长，增速进一步提升，线下渠道渗透率超过80%的内衣市场正逐渐掀起网购风潮，线上渠道重要性增加。

2017-2019年整体内衣市场消费规模趋势



数据来源：前瞻产业研究院

2017-2019年整体内衣市场线上线下渠道规模占比



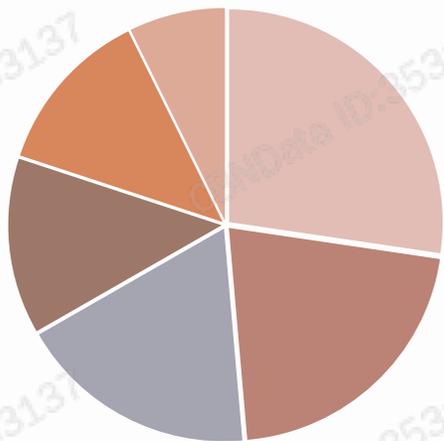
数据来源：前瞻产业研究院  
数据说明：为图表显示，纵坐标轴范围为40%-100%

## 文胸为线上内衣重要品类，消费热度持续上涨

作为女性刚需品，文胸整体规模占比超2成，2020年疫情进一步提升了被迫“宅”在家的文胸消费者对线上渠道的依赖度，消费人数与客单价均显著增长。

2020年线上内衣  
细分品类消费规模占比

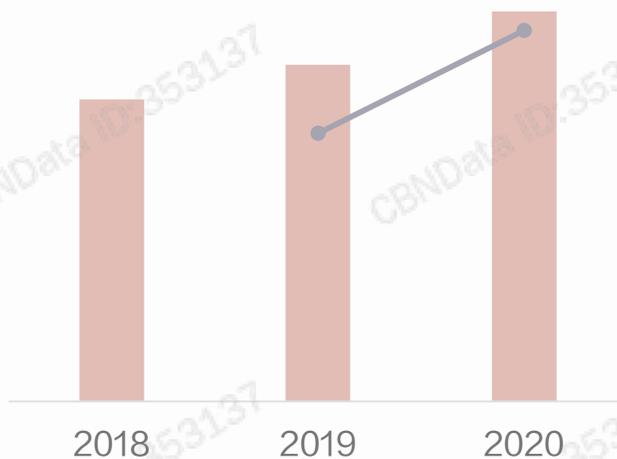
■ 睡衣 ■ 文胸 ■ 内裤  
■ 袜子 ■ 保暖内衣 ■ 其它



数据来源：CBNDATA消费大数据

2020年线上文胸市场消费趋势

■ 消费规模 ● 规模增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

2020年线上文胸市场消费趋势

■ 消费人数 ● 客单价



数据来源：CBNDATA消费大数据

## 新世代女性追求舒适自由，对文胸需求由“悦人”转变为“悦己”

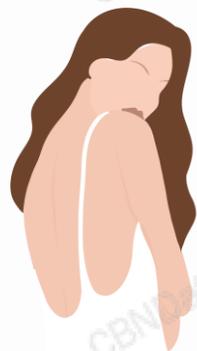
新时代女性“悦己”意识强烈，她们追求自在舒适的生活状态，重视个人体验型消费；作为典型的女性消费品类，文胸品类的发展中蕴含了中国女性意识的觉醒，可以将文胸发展划分为三个时期。

新时代女性群体生活态度



87.4%

追求自在舒适的生活状态



44%

重视个人体验型消费

数据来源：尼尔森《中国消费趋势指数》  
艾瑞咨询《2019年中国“升级一代”女性服装消费洞察报告》

中国文胸品类发展三大时期

刚需意识期

第一阶段

- 有产品无品牌
- 满足基本需要，如卫生、保护、固定
- 产品单一，同质化严重
- 主要依赖商品与渠道

性感意识主导期

第二阶段

- 以维秘为代表的性感品牌崛起，部分本土品牌成立
- 性感当道，以大为美，追求聚拢
- 男性审美下的标准

自我意识觉醒期

第三阶段

- 关注自我的体验与感受
- 代表舒适的无钢圈内衣、无尺码内衣需求飙升
- 性感并非统一标准，而是多姿多彩的

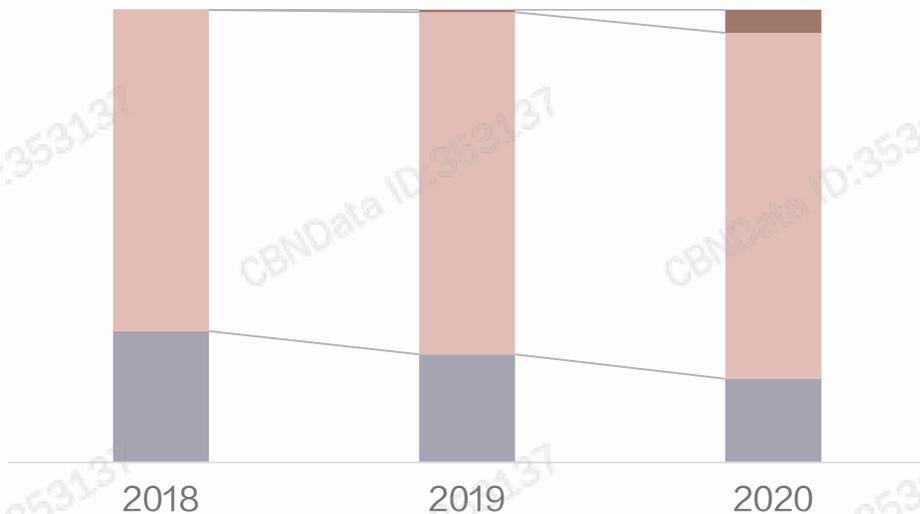
资料来源：公开资料整理

## 随着悦己的需求不断深化，文胸市场迎来了“无尺码”革新

女性自我意识的崛起之下，代表舒适、自由的无钢圈内衣与无尺码内衣快速增长；尤其是2018年开始，Ubras作为无尺码内衣的开创者，带动了一场“无尺码”革新，成为线上文胸市场增长的主要“驱动力”。

2018-2020年线上文胸细分品类消费趋势

■ 钢圈内衣 ■ 无钢圈内衣 ■ 无尺码内衣



数据来源：CBNDATA消费大数据

什么是无尺码内衣？

2018年，Ubras率先提出无尺码内衣新品类，打破尺码和文胸的固定关系，颠覆传统文胸尺码定义，利用超弹面料、创新粘合工艺和原创专利设计，实现用一件内衣满足不同身材的需求，从而降低用户购买内衣的选择门槛。



资料来源整理

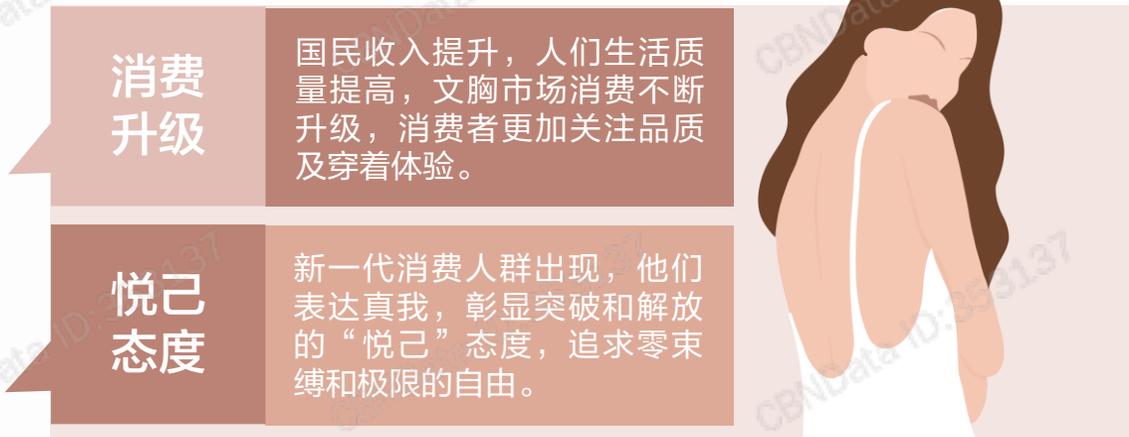
## 无尺码内衣解决“尺码焦虑”，满足新一代女性对自由的追求

无尺码内衣的诞生，主要解决了两大市场难题，一是简化了文胸选购流程，解决了消费者痛点，二是迎合了新一代用户的核心诉求。

文胸市场消费痛点



文胸市场消费者新诉求



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\\_18890](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_18890)

