

美体塑身衣是一种功能性服装，主要是根据人体工程学原理的立体剪裁更符合人体结构特点，调整体内脂肪分布，塑造优美曲线，显出女人的性感迷人，大体分为日常塑身用与运动塑身用两类。市面上的主要塑身衣类型有基础塑形、运动和医疗塑身衣（保健作用），其中运动塑身衣在销量上稳占优势。

美体塑身衣是能够有效改善身体的形态，均匀控制体内的脂肪。因此目前很多女性也会把它纳入减肥项目这一列，尤其是产后的女性，身材走样变形很严重，需要产后恢复，而塑身衣也体现出它的重要性了。塑身衣穿的时间越长塑身效果越好。

爱美是每个女人的天性，塑身，则更是女人美丽永恒的需求。近年来随着城市化进程加快，人民收入水平不断提高，以及“她经济”崛起，形成了强大的购买力，促进了我国塑身美体内衣行业的规模发展。但当下我国美体塑身衣行业机遇与挑战并存。

一、美体塑身衣行业发展机遇

1、庞大女性人口形成巨大市场需求量和增长潜力

目前我国已成为全球塑身美体内衣行业发展速度最快的区域之一，未来前景无限。纵观当下塑身衣市场，我国庞大的女性人口形成了国内塑身衣领域巨大的市场需求量和增长潜力。以汇洁股份为代表的国内企业也因此凭借东风获得突飞猛进的发展，国内市场份额的占比上升就是最好的佐证。根据国家统计局发布的数据显示，第七次全国人口普查结果，全国人口为14.12亿，女性为6.88亿



资料来源：国家统计局、观研天下数据中心整理

2、三大经济带市场迅速发展

根据观研报告网发布的《中国美体塑身衣市场现状深度研究与投资前景分析报告（2022-2029年）》显示，近年来随着女性受教育水平的不断提升、就业情况的显著改善，生活质量的提高让女性消费欲望和需求不断壮大。与此同时，女性的自我意识和自我价值逐渐崛起，“为自己花钱”、“生活仪式感”等促使“她”经济日益蓬勃发展。有数据显示，2020年我国女性消费市场超过10万亿，并已经成为消费领域中不可忽视的主力军。而“她”经济激活女性对身材管理的意识，加上社交经济的蔓延，使得功能性内衣特别是塑身衣在未来需求巨大。

除了“她经济”，“颜值经济”方面也在日益蓬勃发展。近年来随我国消费结构的升级，越来越多的人开始注重外在消费。与此同时，随着年轻用户群体逐渐成为消费主力军，在消费特性上呈现出崇尚个性，追求自我等特点，“悦己消费”逐渐成为主流消费趋势。目前颜值经济已飞速发展到4.0时期，“变美”成为不少群体的追求，包括80后、90后，甚至是00后都成为颜值经济的重要用户群体。

而美体塑身衣就是一个人们为了追求完美身材的产物。美体塑身衣可以帮助女性改掉不良的习惯，改善体形，如驼背、胸部下垂、胸部扁平、胃部突出、水桶腰、肥臀、扁臀，粗大腿、萝卜腿等等；同时因为塑身衣对身体有一个束缚的作用，从而帮女性控制食欲，达到瘦身的效果。因此在“颜值经济”的发展在，我国体塑身衣

市场需求也得到了增长。

此外“懒人经济”的发展也在一定程度上推动了美体塑身衣行业的发展。“懒人经济”本质上是由人们省时省力、生活水平以及生活设施的完善，但同时也代表着当下消费观念与方式的升级。而美体塑身衣是通过推移脂肪来使体形完美，并不需要过多的运动、过度的节食，是一种“懒人”瘦身法。而“懒人经济”的蛋糕到底有多大，据市场不完全统计，2020年懒人经济市场规模就已经实现超千亿规模，预计2021年市场规模将进一步扩大。

由此可见，受上述“她经济”、“颜值经济”、“懒人经济”的日益蓬勃发展，近年来我国美体塑身衣市场需求迅速增长，行业得到快速发展。根据相关数据显示，目前我国内衣市场，年销售额在1000亿元以上，且每年以近20%的速度在增长，而在整体的市场中女式塑身美体内衣约占到了20%左右。在2021年天猫“618”购物狂欢节的服装领域，天猫塑身衣品类的增长翻了整整20倍，在淘宝上搜索“塑身衣”，出现的关联产品超过5000款，价格从11到4495元不等，销量最好的在一个月内卖出15万件。根据预测分析，预计2022年我国塑身美体内衣行业市场规模将达到558.8亿元。



数据来源：观研天下整理（WW）

现阶段，我国塑身衣消费群体主要集中于上海、北京等一线大城市，以及江浙等东

部沿海发达城市。塑身衣品牌有婷美、爱慕、安莉芳、黛安芬、曼妮芬等，由于中国消费者对于塑身的品牌意识还未建立，大多数消费者仅从价格和简单的功能性上区分产品，中国女性塑身市场尚未出现占据绝对市场份额的寡头。随着塑身衣消费意识的成熟，消费能力的提高，国内塑身衣行业还有很大的成长空间。

2、美体塑身衣行业发展挑战

而虽然近年来我国美体塑身衣市场得到快速发展，市场前景也比较良好。但目前市场仍存发展弊端。例如，当下打着快速美体的品牌触目皆是，产品鱼龙混杂，质量难以把关。除了品牌趋利性的特性，女性消费者对于塑身衣的消费回购也有着各式各样的问题。如穿着勒身不舒服等。

此外，与英国、美国、法国等国家相比，国内市场还有很大的差距，且市场产品多以中低端为主，产品技术含量及附加值均不高，在全球竞争力较弱。与此同时，随着消费者穿衣理念逐渐向环保化、科技化、健康化转变，人们开始选择形体美和健康兼具的产品。尤其是在后疫情时代，健康主流占据上风，市场潜力日益剧增。“要么死，要么瘦”等畸形观念已逐步被市场所唾弃，汹涌席卷当下的是追求形体美和健康兼具理念。

由此可见，在机遇与挑战并存的当下，我国美体塑身衣行业正是面临产业结构调整、转型升级的关键时期，品牌重构与倒逼蓄势待发，而行业不应再止步不前，要因时而谋。其中重新定位和塑造塑身美体的核心吸引力可以说是各大品牌方首当其冲亟需解决的板块。

与此同时，随着女性消费能力的不断提升，科技升级，以及健康理念的渗透与消费者对塑身衣品质要求的提升，塑身衣与当下绿色健康潮流的融合是大势所趋，绿色环保型、智能型、保健美体塑身型也将是未来国内塑身美体行业的发展趋势。而不论面料还是工艺，相关企业都该因时而谋，抓住女性内心需求，打破塑身美体传承边界，让塑身美体行业焕发新力量。