

2010-2015年中国羽绒服市 场调研及行业发展分析研究报告

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

《2010-2015年中国羽绒服市场调研及行业发展分析研究报告》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/201002/34611.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

2009年羽绒服延续了自2005年以来的格局，市场综合占有率排行榜的前四位品牌始终被波司登、雪中飞、雅鹿和鸭鸭占据。随着冬季气温升高以及时装与休闲品牌介入，人们对时尚诉求越发强烈，必将带动羽绒服时装化发展进一步加强。随着现有羽绒服市场的饱和，在时尚化基础上加强细分开拓市场也将成为羽绒服市场发展的必然趋势。羽绒服市场从产品细分上可以分为：年龄细分、温度细分和功能细分。此外，加强羽绒服产品的纵向扩展同样重要，企业可以通过扩展生产羽绒类配套产品使品牌形象更加完善和专业。但真实的市场环境是复杂的，消费者需求是多样化的，这就要求产品进行更专业化复杂交叉细分，使生产的产品能够最大化的满足各类消费者的需求。除了加强时尚化与市场细分，积极扩展市场渠道也将成为羽绒服市场发展的一大途径。首先应关注农村市场，随着人民生活水平的逐渐提高和消费能力不断增强，农村将逐渐成为新兴市场。另外，国际市场也是举足轻重的渠道。

在金融危机和暖冬双重“寒流”的袭击下，开始通过系列化产品探索延伸品牌将成为羽绒服民族品牌逆境中求得新的发展空间的重要手段。几年前，羽绒服市场销售算得上红红火火。在服装行业其他品类都不同程度地遭遇发展瓶颈的时候，羽绒服行业却独树一帜，特别是2005年，巨大的利润空间吸引了不少生产厂家和经销商投入其中，一时之间羽绒服行业异常火爆。然而，近几年全球气候转暖的自然环境使得羽绒服行业拉开了淘汰赛；2008年全球经济危机的疯狂袭击更是加快了行业洗牌的速度。面对现实环境，众多羽绒服行业大品牌开始做产品多元化的战略准备。“波司登”等生产知名品牌羽绒服的企业率先开始“多条腿走路”，朝着男装、女装、时装等产品延伸，以降低市场风险。洞察先机，逆境中把握发展主动权随着消费者对时尚和品位的追求以及全球变暖的客观现象，羽绒服的保暖性已经不再是它的卖点，时尚、个性、差异化显得更为重要。而最大的问题还在于羽绒服销售季节性明显、产品单一、运营反应速度慢，想建立有特色的品牌比起一般休闲服饰更难。要寻求更好的生存和发展就要求企业必须找到适应市场经济规律和消费需求变化的正确道路。当前的经济形势迫使企业实行产业转型，谁能抓住机遇，转快、转好，就能把握发展的主动权，在逆境中求得新的发展空间。然而，这并不是每一个企业都能走通的路，也并不是每个方向都适合品牌延伸。能否走通并实现跨越式发展主要还是取决于企业是否具备产品系列化的生产和销售能力，营销渠道能否满足产品系列化的要求。另外，品牌所延伸的方向也要适应市场需求，适应消费者心理，巧妙利用产品间的美好联想，避免产品间的不利影响，以更科学地实施品牌延伸战略。

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、国家发改委、国务院发展研究中心、中国服装协会、中国纺织工业协会、中国纺织服装信息中心、全球纺织、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对我国羽绒服行业的行业发展现状、市场前景、竞争状况以及进出口情况等方面进行了详尽地分析，对今后我国羽绒服产业的发展做出了精确的预测。报告数据及时全面，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较分析，为羽绒服生产企业和经销商在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 羽绒服行业发展概述 1

第一节 羽绒服定义及分类 1

一、羽绒服的定义 1

二、羽绒服的种类 1

三、羽绒服的特性 2

第二节 羽绒服市场概述 3

一、羽绒服市场现状 3

二、影响市场销售的原因分析 3

第二章 全球羽绒服市场发展分析 5

第一节 2008年全球羽绒服市场分析 5

一、2008年全球羽绒服市场回顾 5

二、2008年全球羽绒服市场环境 5

三、2008年全球羽绒服产销分析 5

四、2008年全球羽绒服流行趋势 6

第二节 2009年全球羽绒服市场分析 7

一、2009年全球羽绒服需求分析 7

二、2009年全球羽绒服产销分析 8

三、2009年中外羽绒服市场对比 8

第三节 主要国家地区羽绒服市场分析 11

一、2008-2009年美国羽绒服市场分析	11
二、2008-2009年欧洲羽绒服市场分析	11
三、2008-2009年日本羽绒服市场分析	11
四、2008-2009年韩国羽绒服市场分析	12
第三章 我国羽绒服行业发展现状	13
第一节 我国羽绒服行业发展现状	13
一、我国羽绒服行业发展现状	13
二、我国羽绒服设计现状分析	14
三、我国羽绒服市场特点分析	17
第二节 全国羽绒服市场分析	19
一、2008年全国羽绒服市场规模分析	19
二、2009年全国羽绒服市场变化趋势	20
第三节 羽绒服市场需求分析	21
一、2008年羽绒服市场销量分析	21
二、2009年羽绒服市场销量预测	21
第四节 羽绒服市场价格分析	23
一、市场价格影响因素	23
二、2008年羽绒服市场价格走势	24
三、2009年羽绒服市场价格走势	25
第五节 2008-2009年羽绒服行业发展分析	26
一、2008-2009年羽绒服业产销存运行分析	26
二、2008-2009年羽绒服行业利润情况分析	27
三、2008-2009年羽绒服行业发展周期分析	29
四、2009-2012年羽绒服行业发展机遇分析	31
第四章 羽绒服行业经济运行分析	32
第一节 2008-2009年羽绒服产量分析	32
一、2008年羽绒服产量分析	32
二、2009年羽绒服产量分析	37
第二节 2008-2009年羽绒服行业主要经济指标分析	42
一、销售收入前十家企业分析	42
二、2008年羽绒服行业主要经济指标分析	42
三、2009年羽绒服行业主要经济指标分析	43

第五章 我国羽绒服行业进出口分析 45

第一节 我国服装制品出口SWOT分析 45

一、内部优势分析 45

二、内部劣势分析 46

三、外部机会分析 48

四、外部威胁分析 48

五、SWOT对策措施 49

第二节 我国羽绒服进出口数量分析 50

一、2008年进口数量分析 50

二、2008年出口数量分析 50

三、2008年进出口总量分析 51

第三节 我国羽绒服进出口金额分析 51

一、2008年进口金额分析 51

二、2008年出口金额分析 51

三、2008年进出口总量分析 51

第六章 中国羽绒服消费市场分析 52

第一节 服装市场消费需求的影响因素 52

一、社会文化 52

二、流行趋势 55

三、服装的基本功能与特征 55

四、商品名称 57

五、商标 57

六、商品价格 58

七、商品广告 59

八、消费者收入 60

第二节 羽绒服消费者市场细分 60

一、2009年我国人口细分与羽绒服市场人口结构 60

二、年龄结构细分与羽绒服市场消费结构 60

三、消费者利益细分市场与羽绒服市场消费结构 61

四、地理位置细分市场与羽绒服市场 61

第三节 羽绒服消费者情况分析 62

一、2009年全球消费者信心指数 62

二、2009年我国消费者信心指数	64
三、我国知识女性羽绒服消费情况分析	67
第四节 消费者购买偏好分析	68
一、品牌偏好分析	68
二、颜色偏好分析	71
三、商品价格分析	71
四、流行趋势分析	72
第七章 羽绒服销售及营销分析	74
第一节 中国羽绒服的营销方式	74
一、大型商场/百货公司	74
二、商场、超市及连锁店	74
三、中小企业	75
四、经销商	76
第二节 后奥运时代羽绒服品牌的营销策略	77
一、明星效应	77
二、赛事赞助	78
三、公益营销	79
四、制造焦点	80
五、危机处理	80
六、体育营销	81
第三节 中国羽绒服的销售策略分析	82
一、国际化	82
二、休闲化	82
三、时尚化	82
四、功能化	82
五、长期化	83
第八章 细分市场分析	84
第一节 羽绒服专卖市场	84
一、主要特点和主要品牌	84
二、品牌运营分析	84
三、市场分析	86
第二节 休闲服饰中的羽绒服市场	86

一、主要特点和主要品牌 86

二、品牌运营分析 87

三、市场分析 90

第九章 羽绒服区域市场发展分析 91

第一节 华北地区羽绒服市场发展分析 91

一、北京羽绒服市场发展分析 91

二、天津羽绒服市场发展分析 92

三、河北羽绒服市场发展分析 93

第二节 华东地区羽绒服市场发展分析 93

一、江苏省羽绒服市场发展分析 93

二、福建羽绒服市场发展分析 97

三、浙江省羽绒服市场发展分析 98

第三节 西南地区羽绒服市场发展分析 99

一、重庆羽绒服市场发展分析 99

二、云南羽绒服市场发展分析 99

第四节 西北地区羽绒服市场发展分析 100

一、陕西羽绒服市场发展分析 100

二、甘肃省羽绒服市场发展分析 101

第二部分 行业竞争格局

第十章 羽绒服行业竞争格局分析 103

第一节 行业竞争结构分析 103

一、现有企业间竞争 103

二、潜在进入者分析 104

三、替代品威胁分析 104

四、供应商的讨价还价能力 104

五、购买者的讨价还价能力 105

第二节 行业集中度分析 105

一、市场集中度分析 105

二、企业集中度分析 106

三、区域集中度分析 106

第三节 2009年羽绒服行业竞争格局分析 106

一、羽绒服市场竞争格局分析 106

二、羽绒服品牌竞争格局分析	108
三、羽绒服企业竞争格局分析	109
第十一章 羽绒服企业竞争策略分析	114
第一节 羽绒服市场竞争策略分析	114
一、2009年羽绒服市场增长潜力分析	114
二、2009年羽绒服主要潜力品种分析	114
第二节 羽绒服企业竞争策略分析	115
一、时尚趋势化	115
二、系列拓展化	115
三、品牌高端化	116
第十二章 中国羽绒服行业整体运行指标分析	117
第一节 2009年中国羽绒服行业总体规模分析	117
一、企业数量结构分析	117
二、行业生产规模分析	117
第二节 2009年中国羽绒服行业产销分析	118
一、我国羽绒服产销的有利因素	118
二、我国羽绒服产销的不利因素	118
第十三章 羽绒服行业赢利水平分析	119
第一节 成本分析	119
一、2009年羽绒服原材料价格走势	119
二、2009年羽绒服行业人工成本分析	119
第二节 产销运存分析	121
一、2008-2009年羽绒服行业库存情况	121
二、2008-2009年羽绒服行业资金周转情况	125
第三节 盈利水平分析	126
一、2009年羽绒服行业价格走势	126
二、2009年羽绒服行业营业收入情况	126
三、2009年羽绒服行业毛利率情况	126
四、2009年羽绒服行业赢利能力	127
五、2009年羽绒服行业赢利水平	127
六、2009-2012年羽绒服行业赢利预测	127
第十四章 羽绒服行业盈利能力分析	128

第一节 羽绒服企业盈利能力分析 128

一、波司登盈利能力分析 128

二、红豆盈利能力分析 129

第二节 影响羽绒服行业盈利能力的因素 129

一、原材料价格走势 129

二、人民币汇率走势 129

第十五章 羽绒服重点品牌企业及重点休闲服饰企业销售情况分析 131

第一节 波司登股份有限公司 131

一、企业概况 131

二、2009年经营状况 132

三、2009年企业品牌价值 133

四、2009-2012年企业发展分析 134

第二节 江苏雅鹿实业股份有限公司 137

一、企业概况 137

二、企业发展动态 138

三、2009-2012年企业发展策略 142

四、2009-2012年企业发展趋势 144

五、2009-2012年企业品牌建设 145

六、企业发展规划 145

第三节 江西共青鸭鸭集团 146

一、企业概况 146

二、企业发展状况 148

三、企业产品创新 148

四、企业市场细分 149

五、企业质量效应 149

六、企业品牌延伸 150

第四节 江苏红豆实业股份有限公司 150

一、企业概况 150

二、2008-2009年公司财务分析 151

三、2009年公司经营情况 155

四、企业发展状况 155

五、企业管理策略 156

第五节 艾莱依集团 158

一、企业概况 158

二、企业法则 161

三、2009年企业发展分析 165

第六节 千仞岗制衣有限公司 169

一、企业概况 169

二、企业发展状况 170

三、企业营销分析 173

第七节 班尼路 174

一、公司概况 174

二、企业营销分析 175

三、企业品牌策略分析 176

第八节 森马 177

一、企业概况 177

二、2009年企业经营状况 178

三、企业经营战略 178

四、企业羽绒服产品分析 179

第九节 以纯 181

一、企业概况 181

二、企业营销策略 182

三、企业的发展趋势 183

第十节 美特斯邦威 184

一、企业概况 184

二、企业经营方式 188

三、公司发展趋势 189

四、公司经营情况分析 190

第十一节 真维斯 192

一、企业概况 192

二、企业网络营销策略 193

三、2009年企业经营状况 195

第十二节 佐丹奴 196

一、企业概况 196

二、企业发展状况	196
三、2009年企业经营状况	197
四、企业品牌营销策略	197
第十三节 李宁	200
一、企业概况	200
二、企业营销模式分析	201
三、企业盈利能力分析	202
四、企业发展趋势及SWOT战略分析	203
第十四节 杰克琼斯	207
一、企业概况	207
二、企业销售模式分析	208
三、2009年企业经营状况	215
第十五节 H&M	215
一、企业概况	215
二、企业发展状况	216
三、企业经营方式分析	217
四、2009年企业经营状况	219
第十六节 ZARA	220
一、企业概况	220
二、企业营销策略分析	220
三、企业2009年经营状况	225
四、企业发展策略	225
第十七节 优衣库	233
一、企业概况	233
二、品牌在中国的发展	234
三、企业营销策略	234
四、2009年企业经营状况	235
第三部分 行业前景预测	
第十六章 羽绒服行业发展趋势及预测分析	237
第一节 2009年服装销售渠道的变化趋势	237
一、2009年聚焦零售渠道变化	237
二、2009年探寻专业市场走向	242

第二节 我国羽绒服装行业前景与机遇分析 244

一、我国服装行业发展前景 244

二、2009-2012年我国羽绒服发展机遇分析 244

三、金融危机对羽绒服的影响分析 245

第三节 2009-2012年中国羽绒服市场趋势分析 246

一、2008-2009年羽绒服市场趋势总结 246

二、2009-2012年羽绒服发展趋势分析 247

三、2009-2012年羽绒服市场发展空间 249

四、2009-2012年羽绒服产业政策趋向 250

五、2009-2012年羽绒服技术革新趋势 251

六、2009-2012年国际环境对行业的影响 251

第四节 2009-2012年纺织服装行业发展预测 252

一、2009-2010年服装面料流行趋势前瞻 252

二、2010年世界品牌服装市场预测 253

三、2012年服装业的增长预测 254

第十七章 未来羽绒服行业发展预测 260

第一节 未来羽绒服需求与消费预测 260

一、2009-2012年羽绒服产品消费预测 260

二、2009-2012年羽绒服市场规模预测 260

第二节 2009-2012年中国羽绒服行业供需预测 261

一、2008-2012年中国羽绒服供给预测 261

二、2009-2012年中国羽绒服需求预测 261

三、2009-2012年中国羽绒服产品价格预测 261

第四部分 投资战略研究

第十八章 羽绒服行业投资现状及环境分析 263

第一节 服装行业投资进入壁垒和退出机制分析 263

一、进入壁垒 263

二、退出机制 264

第二节 中国新增纺织服装专业市场投资情况分析 265

一、投资区域分布分析 265

二、市场规模分析 267

三、经营类别分析 268

四、投资力度分析	269
第三节 2009年我国羽绒服行业投资现状	270
一、2009年1-11月我国纺织行业投资现状	270
二、我国纺织工业投资情况	271
第四节 我国羽绒服行业投资环境分析	271
一、2009年全国宏观经济指标分析	271
二、我国羽绒服投资政策分析	303
三、纺织行业振兴规划	305
四、2009-2012年影响投资的因素分析	315
第十九章 羽绒服行业投资机会与风险	318
第一节 羽绒服行业投资机会分析	318
一、纺织服装行业投资机会	318
二、金融危机带来的机遇分析	319
第二节 服装业投资特性与风险分析	320
一、中国服装出口的主要贸易壁垒	320
二、服装业的主要风险	326
第二十章 羽绒服行业投资战略研究	327
第一节 行业发展战略研究	327
一、技术开发战略	327
二、产业战略规划	330
三、业务组合战略	332
四、营销战略规划	335
五、区域战略规划	337
六、企业信息化战略规划	347
第二节 羽绒服行业品牌战略分析	349
一、品牌的基本含义	349
二、品牌战略在企业发展中的重要性	349
三、服装品牌的特性和作用	350
四、服装品牌的价值战略	351
五、我国服装品牌竞争趋势	351
六、服装企业品牌发展战略	352
第三节 羽绒服企业经营管理策略	354

- 一、企业经营策略综述 354
- 二、企业产品经营策略 355
- 三、企业渠道经营策略 356
- 四、企业并购策略分析 357
- 五、经济危机下企业经营管理策略 359
- 第四节 羽绒服行业投资战略研究 361
- 一、2009年服装行业投资战略 361
- 二、纺织服装投资形势分析 362

图表目录

- 图表：2008年1-12月羽绒服全国产量分析 32
- 图表：2008年1-12月羽绒服北京产量分析 32
- 图表：2008年1-12月羽绒服天津产量分析 32
- 图表：2008年1-12月羽绒服河北产量分析 32
- 图表：2008年1-12月羽绒服内蒙古产量分析 33
- 图表：2008年1-12月羽绒服辽宁产量分析 33
- 图表：2008年1-12月羽绒服吉林产量分析 33
- 图表：2008年1-12月羽绒服黑龙江产量分析 33
- 图表：2008年1-12月羽绒服上海产量分析 33
- 图表：2008年1-12月羽绒服江苏产量分析 34
- 图表：2008年1-12月羽绒服浙江产量分析 34
- 图表：2008年1-12月羽绒服安徽产量分析 34
- 图表：2008年1-12月羽绒服福建产量分析 34
- 图表：2008年1-12月羽绒服江西产量分析 34
- 图表：2008年1-12月羽绒服山东产量分析 35
- 图表：2008年1-12月羽绒服河南产量分析 35
- 图表：2008年1-12月羽绒服湖北产量分析 35
- 图表：2008年1-12月羽绒服广东产量分析 35
- 图表：2008年1-12月羽绒服广西产量分析 35
- 图表：2008年1-12月羽绒服重庆产量分析 36
- 图表：2008年1-12月羽绒服四川产量分析 36
- 图表：2008年1-12月羽绒服云南产量分析 36
- 图表：2008年1-12月羽绒服陕西产量分析 36

图表：2008年1-12月羽绒服甘肃产量分析 36

图表：2009年1-11月羽绒服全国产量分析 37

图表：2009年1-11月羽绒服北京产量分析 37

图表：2009年1-11月羽绒服天津产量分析 37

图表：2009年1-11月羽绒服河北产量分析 37

图表：2009年1-11月羽绒服内蒙古产量分析 37

图表：2009年1-11月羽绒服辽宁产量分析 38

图表：2009年1-11月羽绒服吉林产量分析 38

图表：2009年1-11月羽绒服黑龙江产量分析 38

图表：2009年1-11月羽绒服上海产量分析 38

图表：2009年1-11月羽绒服江苏产量分析 38

图表：2009年1-11月羽绒服浙江产量分析 39

图表：2009年1-11月羽绒服安徽产量分析 39

图表：2009年1-11月羽绒服福建产量分析 39

图表：2009年1-11月羽绒服江西产量分析 39

图表：2009年1-11月羽绒服山东产量分析 39

图表：2009年1-11月羽绒服河南产量分析 40

图表：2009年1-11月羽绒服湖北产量分析 40

图表：2009年1-11月羽绒服湖南产量分析 40

图表：2009年1-11月羽绒服广东产量分析 40

图表：2009年1-11月羽绒服广西产量分析 40

图表：2009年1-11月羽绒服重庆产量分析 41

图表：2009年1-11月羽绒服四川产量分析 41

图表：2009年1-11月羽绒服陕西产量分析 41

图表：2009年1-11月羽绒服甘肃产量分析 41

图表：2009年羽绒服销售收入前十家企业分析 42

图表：2008年1-12月全国羽绒加工及制品制造业经济指标分析 42

图表：2009年1-11月全国羽绒加工及制品制造业经济指标分析 43

图表：2008年全国羽毛、羽绒及其制品进口数量分析 50

图表：2008年全国羽毛、羽绒及其制品出口数量分析 50

图表：2008年全国羽毛、羽绒及其制品进出口总数分析 51

图表：2008年全国羽毛、羽绒及其制品进口金额分析 51

图表：2008年全国羽毛、羽绒及其制品出口金额分析 51

图表：2008年全国羽毛、羽绒及其制品进出口总金额分析 51

图表：2009年上半年全球消费者信心指数分析 63

图表：2009年1月我国消费者信心指数 64

图表：2009年2月我国消费者信心指数 65

图表：2009年3月我国消费者信心指数 65

图表：2009年4月我国消费者信心指数 66

图表：2009年5月我国消费者信心指数 66

图表：2009年6月我国消费者信心指数 67

图表：2009年7月我国消费者信心指数分析 67

图表：羽绒服企业市场占有率分析 86

图表：2009年休闲服企业市场份额分析 90

图表：2009年羽绒服行业营业收入情况 126

图表：2009年羽绒服行业毛利率情况 126

图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司每股指标 151

图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司获利能力 152

图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司经营能力 152

图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司偿债能力 152

图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司资本结构 152

图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司发展能力 153

图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司现金流量 153

图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司主营业务收入 153

图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司主营业务利润 153

图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司营业利润 154

图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司利润总额 154

图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司净利润 155

图表：李宁公司SWOT分析 204

图表：1991-2007年国内人均GDP、人均可支配收入、人均服装支出比较 255

图表：2008-2012年城市化推动服装消费增长及增长率 255

图表：1990-2007年城乡差别与衣着差别关系 256

图表：2008-2012年城乡差距缩小0.1消费市场增长及增长率 256

图表：国内几大区域居民消费结构（除食品、居住、交通、文娱） 257

图表：国内几大区域农村居民消费结构（除食品、居住、交通、文娱） 257

图表：1990-2006年城乡居民人均可支配收入及恩格尔系数 258

图表：恩格尔系数下降与居民衣着消费增长关系 258

图表：全国各省市新增专业市场情况（部分） 265

图表：新增市场数量对比图 267

图表：新增市场不同规模面积统计图 268

图表：新增各种经营类别市场比例图 269

图表：新增市场投资规模对比图 270

图表：2005-2009年GDP当季同比继续增长情况 272

图表：2006-2009年M1和M2同比增速情况 272

图表：1999-2009年城镇固定资产投资情况 273

图表：2005-2009年社会消费品零售总额情况 274

图表：2007-2009年消费品进出口情况 274

图表：2007-2009年产品出口情况 275

图表：2005-2009年CPI、PPI、CGPI同比情况 276

图表：2003-2009年经济增长情况 277

图表：2003-2009年通货膨胀情况 278

图表：2009年宏观经济预警指数分析 278

图表：2009年产业指标宏观预警指数分析 279

图表：2009年宏观经济景气指数分析 283

图表：2009年工业生产指数分析 283

图表：2009年工业从业人员分析 284

图表：2009年社会需求指数分析 284

图表：2009年社会收入指数分析 285

图表：2009年宏观经济先行指数分析 286

图表：2009年工业产品产销率分析 287

图表：2009年商品房本年新开工面积分析 287

图表：2009年投资新开工项目分析 288

图表：2009年消费者预期指数分析 288

图表：2009年港口货物吞吐量分析 289

图表：2009年货币供应量分析 289

图表：2009年沪市A股月成交金额分析 290

图表：2001-2009年工业增加值情况 298

图表：2008-2009年轻重工业增速情况 299

图表：2006-2009年工业企业利润增长情况 299

图表：人民币存款利率表分析 300

图表：人民币贷款利率表 301

图表：外汇存款利率表 302

图表：2007-2009年财政收入及其构成月度同比情况 303

图表：2009年与2003-2008年贷款月薪增额对比情况 303

图表：区域发展战略咨询流程图 344

图表：区域SWOT战略分析图 345

图表：企业经营策略层次分析 355

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201002/34611.html>