

# 2009-2012年中国户外用品行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年中国户外用品行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qitanlmy/6520365203.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

### 内容简介

随着国内环保和健康意识的日益增强，户外运动、旅游成了人们追求的健康生活方式，人们所熟知的野营、远足都包含在户外运动之中。国内最早起步的户外用品到现在虽然仅仅10年，但是其发展速度惊人，中国将来除了是世界最大的户外用品生产中心之外，也将成为全球最大的户外用品消费市场。2008年中国户外用品市场发展稳中有升，户外品牌总数为415个，相对于2007年可比增长了9.16%，年度零售总额为37.8亿元人民币，相比2007年可比增长了42.72%，渠道建设也呈现出良好的发展势头，专业户外店达到1285家，百货商场内店铺达1620个。目前在国内，户外运动产品的销售以商场专柜、大型品牌专卖店和独立户外专营店为主要渠道。中国户外用品市场在2008年受金融危机影响有限，户外用品市场增长趋势强劲；品牌之间竞争加剧，大品牌市场占有率逐步扩大。随着人们健康意识的增强，户外运动越来越受到人们的青睐。

中国的休闲行业产业链完整，采购成本相对低，相对于欧美国家的高成本，在产业发展上有明显优势。据有关统计数据显示，中国已成为全球户外休闲用品的最大出口国，约占全球30%以上的市场份额。地处沿海的浙江、广东、福建、江苏等地是户外休闲用品的主要产地，约占出口总额的80%以上。当前中国参加自助户外旅游的人是越来越多。那么相关的装备也随即会被大众需求。由此看来，户外用品市场的前景是相当广阔的。户外运动、旅游成了人们追求健康的生活方式。

在北京的各个大中型商场、上海的麦德龙、家乐福等大型超市、各省会城市的一线商厦，户外品牌不但比比皆是，而且专卖店面积越来越大，野餐用品、帐篷、睡袋、登山包、压力计等产品种类也是日渐丰富。中国的户外用品市场在未来5年内，商场渠道仍然占主体地位，但是用10年左右的时间，独立专营店渠道将取而代之。竞争到最后，中国户外用品店的存在形式很可能是大型户外用品连锁。眼下国际、国内很多实力雄厚的公司都把目光投向户外用品领域，这很可能在短期内促成中国户外用品向规模化发展。连锁店可以统一采购降低成本，抗风险能力变强。中国的“大户外”市场正呈直线上升的趋势，户外运动装备市场每年以50%增长比率成长，随着中国户外市场的成熟，具有探险精神的人们对更专业、更优质的顶级户外装备的需求正在逐年增大，中国有望迅速跻身于全球最大的高端户外用品市场的行列。到2010年中国户外用品销售额将会达到45亿到60亿元人民币，并在五年之内保持高速增长。对于中国户外用品产业的发展，国内外专家和业内人士都一致看好。这也预示着海外企业即将大举进入中国户外用品市场，在形成直面竞争之前，扩大产业规模、塑造自己的品牌已成为国内企业的当务之急。

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、国家商务部、国家海关总署、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、美国户外产业协会、中国文教体育用品协会、中纺协户外用品分会、国内外相关报刊杂志的基础信息

、户外用品行业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国户外用品行业的发展状况、市场竞争、流通渠道等进行了分析，并重点分析了主要子行业的发展状况和特点，报告还对行业重点企业、发展趋势、发展策略等做了重点分析。本报告是国内外户外用品企业准确了解目前户外用品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品，对户外用品的上游供应厂商、户外用品企业以及欲在户外用品领域从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前户外用品业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

## 报告目录

### 第一部分 行业发展现状分析

#### 第一章 户外用品行业发展概述 1

##### 第一节 户外用品的概念 1

###### 一、户外用品的定义 1

###### 二、户外用品特点 1

###### 三、户外用品适用人群 2

##### 第二节 户外用品细分 2

###### 一、户外装备 2

###### 二、户外鞋 7

###### 三、户外帐篷 14

##### 第三节 户外用品市场分析 16

###### 一、户外用品市场成熟度分析 16

###### 二、户外用品市场发展方向 18

#### 第二章 全球户外用品行业发展分析 19

##### 第一节 世界户外用品行业发展分析 19

###### 一、全球户外用品市场发展状况 19

###### 二、世界各国户外装备品牌分析 23

###### 三、金融危机对世界户外用品行业影响 30

##### 第二节 欧洲户外用品行业发展分析 31

###### 一、2008年欧洲户外服装类销售情况 31

###### 二、2009年欧洲户外展分析 32

###### 三、欧洲户外市场未来发展趋势分析 33

###### 四、英国户外运动产业分析 34

###### 五、德国户外运动产业分析 34

##### 第三节 美国户外用品行业发展分析 36

###### 一、美国户外产品网络销售情况 36

###### 二、2008年美国户外用品行业发展分析 37

###### 三、2008-2009年美国滑雪用品销售额变化情况 38

四、2009年上半年美国户外产业发展状况	39
第三章 我国户外用品行业发展分析	41
第一节 中国户外用品行业发展状况	41
一、中国户外运动用品发展历程	41
二、中国户外运动用品市场现状	44
三、中国户外用品市场跳跃式发展分析	49
第二节 2008年中国户外用品行业发展分析	51
一、2008年中国户外用品市场特点分析	51
二、2008年户外用品行业发展状况分析	52
三、2008年户外用品市场发展分析	60
第三节 2009年中国户外用品行业发展分析	60
一、2009年户外用品市场发展分析	60
二、中国户外用品市场多元化发展分析	65
三、2009年国内户外用品行业发展挑战分析	67
第四节 我国户外用品市场分析	70
一、中国户外用品市场现状	70
二、我国户外运动用品品牌发展分析	70
三、户外运动用品销售渠道分析	71
四、户外运动用品地域分布	71
五、户外用品展览会发展分析	72
第五节 户外用品行业问题及对策	79
一、户外用品行业假货问题分析	80
二、户外用品行业产品同质化问题	81
三、户外用品行业质量安全问题	81
第六节 户外用品市场品牌商与零售商间冲突及对策	82
一、渠道冲突	83
二、产品冲突	87
三、价格冲突	89
四、供货冲突	90
五、服务冲突	92
六、推广冲突	93
七、户外产品零售店发展对策	94
第四章 户外用品细分市场分析	108
第一节 2009年运动鞋产业生存现状	108
一、2008年品牌运动鞋市场发展状况	108

- 二、2009年运动鞋产业发展分析 108
- 三、国内运动鞋产业与国际品牌的差距 109
- 四、运动鞋企业振兴方法探索 110
- 五、2009年我国运动鞋市场发展趋势 112
- 第二节 户外服装及背包市场发展分析 115
  - 一、户外服装市场发展现状 115
  - 二、中国户外运动服装销售渠道构成 117
  - 三、户外服装店营销分析 120
  - 四、2008年中国背包市场分析 122
- 第五章 我国部分地区户外用品产业分析 125
  - 第一节 深圳户外用品产业发展分析 125
    - 一、金融危机对深圳户外用品产业影响 125
    - 二、国产品牌经营误区 126
    - 三、户外运动制造新机遇分析 127
    - 四、深圳户外培训产业发展分析 127
  - 第二节 哈尔滨户外用品市场分析 128
    - 一、哈尔滨户外用品市场发展形势 128
    - 二、户外用品功能走向分析 129
    - 三、定位通讯设备市场分析 131
  - 第三节 南京户外用品市场发展分析 133
    - 一、南京户外用品市场聚集情况 133
    - 二、南京户外用品国际知名品牌分析 133
    - 三、南京户外用品市场前景分析 134
  - 第四节 麻城户外用品产业发展分析 134
    - 一、麻城户外用品产业发展状况 134
    - 二、麻城户外用品产业发展环境分析 136
    - 三、2009年麻城户外用品产业动态 137
- 第六章 中国户外用品需求与消费者偏好调查 138
  - 第一节 中国户外用品消费者分析 138
    - 一、户外用品消费者特征 138
    - 二、户外用品消费者分析 139
    - 三、旅游户外用品重度购买者特征及其营销分析 140
  - 第二节 运动鞋市场消费观念调查 149
    - 一、品牌认知度调查 149
    - 二、运动鞋拥有量调查 150

三、运动鞋价位选购调查	150
四、运动鞋颜色选择调查	150
五、品牌忠诚度调查	150
六、名人效应调查	151
七、影响消费因素	151
第三节 2009年1季度户外鞋品消费调查	151
一、调查样本分析	151
二、当前拥有户外鞋的情况	152
三、选购户外鞋的情况	153
四、户外鞋的普及程度	156
第二部分 行业竞争格局分析	
第七章 户外用品行业竞争格局分析	157
第一节 户外用品行业竞争分析	157
一、洋品牌开拓中国市场	157
二、本土品牌竞争分析	158
三、户外产品核心价值分析	159
第二节 外资在中国户外用品市场竞争分析	161
一、国际户外品牌在中国市场发展分析	161
二、美国L.L.Bean在中国市场扩张分析	162
三、2010年阿迪达斯进军户外用品市场分析	162
四、德国索力户外休闲鞋开发中国市场	163
第八章 户外用品企业竞争策略分析	164
第一节 户外用品市场竞争策略分析	164
一、户外装备中国化策略	164
二、中国户外店各种形态与策略	165
三、户外企业商业模式创新	170
第二节 户外运动鞋服品牌竞争策略	181
一、开创新品类	181
二、品牌文化	183
三、营销模式	184
第三节 户外用品市场转变策略	186
一、消费之变	187
二、销售之变	187
三、品牌之变	188
第九章 主要户外用品企业竞争分析	189

## 第一节 探路者 189

### 一、企业概况 189

### 二、公司发展策略 190

### 三、2009年公司动态 194

## 第二节 三夫 197

### 一、企业概况 197

### 二、2013年公司战略目标 199

### 三、公司发展策略 200

## 第三节 哥伦比亚(中国驰名商标) 204

### 一、企业概况 204

### 二、2009年上半年公司运营状况 206

### 三、2009年公司动态 208

## 第四节 火狐狸(中国驰名商标) 209

### 一、企业概况 209

### 二、公司盈利模式分析 209

### 三、2009年公司动态 211

## 第五节 雪狼(一线品牌) 211

### 一、企业概况 211

### 二、公司业务分析 212

### 三、公司发展战略 212

## 第六节 奥索卡(中国驰名商标) 214

### 一、企业概况 214

### 二、公司发展历程分析 215

## 第七节 沃德(中国驰名商标) 219

### 一、企业概况 219

### 二、公司品牌简介 219

## 第八节 始祖鸟(中国驰名商标) 223

### 一、企业概况 223

### 二、公司品牌介绍 225

## 第九节 火枫(中国驰名商标) 226

### 一、企业概况 226

### 二、公司品牌简介 227

### 三、2009年公司动态 228

## 第十节 派格(中国驰名商标) 228

### 一、企业概况 228



二、公司品牌简介	229
第三部分 行业发展趋势分析	
第十章 户外用品行业发展趋势分析	233
第一节 户外用品行业发展趋势	233
一、大型户外用品连锁店发展趋势	233
二、“大户外”概念趋势	233
三、户外企业商场渠道趋势	234
四、企业品牌建设趋势	235
第二节 户外服装“泛户外化”趋势	235
一、功能化细分化趋势	235
二、人性化趋势	236
三、携带轻便化趋势	236
第十一章 未来户外用品行业发展预测	237
第一节 未来户外用品市场发展前景	237
一、中国户外休闲产业发展潜力分析	237
二、户外休闲用品市场前景分析	238
三、2009年户外用品技术趋势	238
第二节 未来户外用品市场发展预测	239
一、中国大户外用品市场发展速度预测	239
二、2010年中国户外用品销售额预测	239
三、2010年户外用品市场发展预测	240
第四部分 行业投资策略	
第十二章 户外用品行业投资现状分析	243
第一节 户外用品行业投资情况	243
一、中国户外用品市场投资分析	243
二、户外用品渠道投资分析	244
三、户外用品市场国际品牌投资分析	244
第二节 户外用品行业投资分析	246
一、户外用品店投资可行性分析	246
二、户外用品投资风向分析	249
三、户外用品市场投资前景分析	255
第三节 运动鞋行业投资分析	256
一、2009年VC投资运动鞋行业分析	256
二、2009年基金们投资运动鞋市场分析	257
三、2009年运动鞋企抄底风险分析	259

- 四、2009年一线运动鞋企业研发及扩张分析 263
- 第十三章 户外用品行业投资环境分析 266
  - 第一节 经济发展环境分析 266
    - 一、2008年我国宏观经济运行分析 266
    - 二、2009年我国宏观经济运行情况 307
    - 三、2009-2012年我国宏观经济形势分析 317
    - 四、2009-2012年投资趋势及其影响预测 318
  - 第二节 社会发展环境分析 324
    - 一、2009年全国居民收入情况分析 324
    - 二、2009年全国社会消费品零售总额 325
    - 三、2009年全国百家重点大型零售企业销售情况 326
    - 四、2009年全国居民消费价格分析 327
- 第十四章 户外用品行业投资机会与风险 335
  - 第一节 中国户外运动用品市场投资机会 335
    - 一、大众化和专业化相结合的户外运动用品 335
    - 二、连锁化的专业零售渠道 335
    - 三、户外运动品牌市场商机分析 335
  - 第二节 中国户外运动用品市场投资风险 338
    - 一、户外用品店投资分析 338
    - 二、户外用品店投资风险分析 340
- 第十五章 户外用品行业投资战略研究 341
  - 第一节 户外用品店开店策略 341
    - 一、合理安排产品结构 341
    - 二、降低管理成本 341
    - 三、根据目标消费群选店址 341
    - 四、对户外活动有兴趣 342
    - 五、代理户外产品品牌 342
    - 六、组织活动策略 342
  - 第二节 户外用品零售店投资方案 343
    - 一、户外用品店创业优势 343
    - 二、市场分析 344
    - 三、产品介绍 347
    - 四、经营战略 351
    - 五、初期运作 355
    - 六、运行机制 357

## 七、财务预测 358

## 八、风险管理 359

### 图表目录

- 图表：2000-2008年中国户外用品产业规模发展概况 52
- 图表：2007-2008年中国户外用品品牌年度发展概况 52
- 图表：2008年中国户外用品品牌品类年度发展概况 53
- 图表：2008年中国户外用品品牌品类所占比例 53
- 图表：2007-2008年中国户外用品市场国外品牌洲别统计 54
- 图表：2008年中国户外用品市场国外品牌国别统计 54
- 图表：2008年中国户外用品市场欧洲品牌国别统计 55
- 图表：2008年中国户外用品市场典型国外品牌品类分析 55
- 图表：2007-2008年中国户外用品市场年度渠道类型分析 56
- 图表：2007-2008年中国户外用品市场典型城市专业户外店渠道分析 56
- 图表：2007-2008年中国户外用品市场典型城市百货商场店渠道分析 57
- 图表：2007-2008年中国户外用品市场年度销售统计 57
- 图表：2007-2008年中国户外用品市场年度销售情况 58
- 图表：2007-2008年中国户外用品市场各类产品年度销售额比例 58
- 图表：2007-2008年中国户外用品市场年度销售情况分析 59
- 图表：2007-2008年中国户外用品市场重要品牌年出货额比较 59
- 图表：2007-2008年中国户外用品市场各渠道销售额情况分析 60
- 图表：户外运动用品销售渠道特点 71
- 图表：户外运动用品专业零售品牌地域分布 72
- 图表：户外用品居2008年淘宝商品销售排行第5名 85
- 图表：2008中国背包品牌网络注意力分配 122
- 图表：2008年背包年度网络关注度的几大品牌阵营 123
- 图表：2008年背包年度关注度走势 123
- 图表：2008年背包10大品牌年度关注度走势 124
- 图表：户外运动用品消费者特点分析 138
- 图表：调研人群的年龄比 152
- 图表：拥有户外鞋的数量 152
- 图表：购买户外鞋的频率 153
- 图表：了解户外鞋信息的途径 154
- 图表：消费者对户外鞋的承受价格 155
- 图表：对户外鞋新品信息的关注度 155
- 图表：影响消费者购买户外鞋的因素 156

- 图表：2008年1-4季度国内生产总值 267
- 图表：2004-2008年6月国内生产总值增长趋势图 267
- 图表：2000-2008年6月城镇固定资产投资名义增速及实际增速 268
- 图表：2006-2008年5月我国出口累计同比增速对比 268
- 图表：2008年2-11月我国CPI情况 270
- 图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 270
- 图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 271
- 图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 271
- 图表：2007年6月-2008年8月我国轻重工业增加值情况 272
- 图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 272
- 图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 272
- 图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 273
- 图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 273
- 图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 273
- 图表：2008年2月工业增加值增长速度 274
- 图表：2008年3月工业增加值增长速度 274
- 图表：2008年4月工业增加值增长速度 275
- 图表：2008年5月工业增加值增长速度 275
- 图表：2008年6月工业增加值增长速度 276
- 图表：2008年7月工业增加值增长速度 276
- 图表：2008年8月工业增加值增长速度 277
- 图表：2008年9月工业增加值增长速度 277
- 图表：2008年10月工业增加值增长速度 278
- 图表：2008年11月工业增加值增长速度 278
- 图表：2008年12月工业增加值增长速度 279
- 图表：2008年9月15日金融机构人民币存款利率表 281
- 图表：2008年9月15日金融机构人民币贷款利率表 281
- 图表：2008年10月9日金融机构人民币存款利率表 282
- 图表：2008年10月9日金融机构人民币贷款利率表 282
- 图表：2008年10月30日金融机构人民币存款利率表 283
- 图表：2008年10月30日金融机构人民币贷款利率表 283
- 图表：1996-2008年10月我国期存贷款基准利率走势 284
- 图表：2008年11月27日金融机构人民币存款利率表 284
- 图表：2008年11月27日金融机构人民币贷款利率表 285
- 图表：2008年12月23日金融机构人民币存款利率表 286

- 图表：2008年12月23日金融机构人民币贷款利率表 286
- 图表：2008年我国月度进、出口值及增速走势图 289
- 图表：2008年我国对主要贸易伙伴进出口总值表 291
- 图表：2008年7月我国进出口商品构成表 293
- 图表：2008年7月我国进出口总值简要情况表 293
- 图表：2008年7月我国前十名合作贸易伙伴 293
- 图表：2008年7月我国前十位出口市场 294
- 图表：2008年7月我国前十位进口来源地 294
- 图表：2008年8月我国进出口商品构成表 295
- 图表：2008年8月我国进出口总值简要情况表 295
- 图表：2008年8月我国前十名合作贸易伙伴 295
- 图表：2008年8月我国前十位出口市场 296
- 图表：2008年8月我国前十位进口来源地 296
- 图表：2008年9月我国进出口商品构成表 296
- 图表：2008年9月我国进出口总值简要情况表 297
- 图表：2008年9月我国前十名合作贸易伙伴 297
- 图表：2008年9月我国前十位出口市场 297
- 图表：2008年9月我国前十位进口来源地 298
- 图表：2008年10月我国进出口总值简要情况表 298
- 图表：2008年10月我国进出口商品构成表 298
- 图表：2008年10月我国前十名合作贸易伙伴 299
- 图表：2008年10月我国前十位出口市场 299
- 图表：2008年10月我国前十位进口来源地 300
- 图表：2008年11月我国前十位出口市场 300
- 图表：2008年11月我国前十位进口来源地 301
- 图表：2008年12月我国进出口总值简要情况表 301
- 图表：2008年12月我国前十位出口市场 302
- 图表：2008年12月我国前十位进口来源地 302
- 图表：2008年12月我国进出口贸易方式情况 303
- 图表：2008年12月我国进出口企业性质及其总值情况 304
- 图表：2008年我国月度进出口总值情况 304
- 图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 305
- 图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 305
- 图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 305
- 图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 305

- 图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 305
- 图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 306
- 图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 306
- 图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 306
- 图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 306
- 图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 306
- 图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 307
- 图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 307
- 图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 307
- 图表：2009年1月我国宏观经济景气指数 312
- 图表：2009年2月我国宏观经济景气指数 312
- 图表：2009年3月我国宏观经济景气指数 313
- 图表：2009年4月我国宏观经济景气指数 313
- 图表：2009年5月我国宏观经济景气指数 313
- 图表：2009年6月我国宏观经济景气指数 313
- 图表：2008年2月我国固定资产投资完成额 320
- 图表：2008年3月我国固定资产投资完成额 320
- 图表：2008年4月我国固定资产投资完成额 320
- 图表：2008年5月我国固定资产投资完成额 320
- 图表：2008年6月我国固定资产投资完成额 320
- 图表：2008年7月我国固定资产投资完成额 321
- 图表：2008年8月我国固定资产投资完成额 321
- 图表：2008年9月我国固定资产投资完成额 321
- 图表：2008年10月我国固定资产投资完成额 321
- 图表：2008年11月我国固定资产投资完成额 321
- 图表：2008年12月我国固定资产投资完成额 321
- 图表：2009年2月我国固定资产投资完成额 321
- 图表：2009年3月我国固定资产投资完成额 322
- 图表：2009年4月我国固定资产投资完成额 322
- 图表：2008年2月我国固定资产投资资金来源 322
- 图表：2008年3月我国固定资产投资资金来源 322
- 图表：2008年4月我国固定资产投资资金来源 322
- 图表：2008年5月我国固定资产投资资金来源 322
- 图表：2008年6月我国固定资产投资资金来源 322
- 图表：2008年7月我国固定资产投资资金来源 323

- 图表：2008年8月我国固定资产投资资金来源 323
- 图表：2008年9月我国固定资产投资资金来源 323
- 图表：2008年10月我国固定资产投资资金来源 323
- 图表：2008年11月我国固定资产投资资金来源 323
- 图表：2008年12月我国固定资产投资资金来源 323
- 图表：2009年2月我国固定资产投资资金来源 323
- 图表：2009年3月我国固定资产投资资金来源 324
- 图表：2009年4月我国固定资产投资资金来源 324
- 图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数 330
- 图表：2009年1月我国消费者预期指数 331
- 图表：2009年2月我国消费者预期指数 331
- 图表：2009年3月我国消费者预期指数 332
- 图表：2009年4月我国消费者预期指数 332
- 图表：2009年5月我国消费者预期指数 332
- 图表：2009年6月我国消费者预期指数 332
- 图表：2009年1月我国消费者满意指数 332
- 图表：2009年2月我国消费者满意指数 332
- 图表：2009年3月我国消费者满意指数 332
- 图表：2009年4月我国消费者满意指数 332
- 图表：2009年5月我国消费者满意指数 333
- 图表：2009年6月我国消费者满意指数 333
- 图表：2009年1月我国消费者信心指数 333
- 图表：2009年2月我国消费者信心指数 333
- 图表：2009年3月我国消费者信心指数 333
- 图表：2009年4月我国消费者信心指数 333
- 图表：2009年5月我国消费者信心指数 333
- 图表：2009年6月我国消费者信心指数 333

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitanlmy/6520365203.html>