

# 2009-2012年中国休闲服行业投资分析及深度研究 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年中国休闲服行业投资分析及深度研究咨询报告》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/fuzhuang/7697976979.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7500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

由于现代人生活节奏的加快和工作压力的增大，使人们在业余时间追求一种放松、悠闲的心境，反映在服饰观念上，休闲装以不可阻挡之势侵入了正规服装的世袭领地。到目前为止中国的休闲服装经过了三代的发展。第一代是港澳台等品牌进入大陆带来休闲服装概念；第二代是国内品牌崛起，休闲服着装方式普及；第三代是追求个性化、时尚化、高品质化、体现新生活方式为特征的休闲服装理念出现；中国即将进入休闲服装行业发展的第四代，服装的生产与制造更加注重体现技术与科技，跨领域的品牌运作将成为企业的重要生存技能。在国内，休闲服装产业基地基本呈“三足鼎立”状态，以上海、江浙一带为主的“海派”、以福建为主的“闽派”，以广东中山为主的“粤派”，发展各有所长。

最近10年来，休闲服装已快速发展成为服装产业的新增点、人们衣着消费的新亮点、媒体关注的新焦点。国内休闲服市场规模不断扩大，2006年国内休闲服零售业市场规模在3571亿元左右，2008年达到4000多亿，并且以每年15%左右的速度增长。随着休闲服装产业的迅猛发展，竞争也开始加大，国内各大休闲服品牌都继续保持大规模扩张以维持市场份额。从2007年开始，很多国际休闲服装品牌也开始大规模抢占中国市场，来势汹汹，进一步加大了国内市场的竞争。现在市场竞争已从一线城市拓展到二、三线城市。随着人们对休闲服装和潮流的认识加深，价格已经不再是购买休闲服装时的第一考量，消费者的品牌意识逐步加深，品牌和款式已经成为消费者的优先考虑因素。这也带动了休闲服行业竞争的转变。

自2009年以来休闲服产业的投资方向发生了很大的改变。很多大的休闲服企业把资金用在技术改造和营销渠道建设上面，而不是一味的建厂。近来，休闲服行业对用于扩大生产规模的项目投资极为审慎，而用以提高劳动生产率、节约成本的技术改造投资，由于其规模小见效快的优势，故而受到欢迎。同时，休闲服企业对自建店投资持续升温，有实力的品牌企业都希望提高对销售渠道的控制能力，纷纷投资或将现有渠道收归自有，或通过增加自建店来提高自有营销渠道比重，使自建渠道投资成为一大热门。相对于休闲服大品牌企业的渠道控制，许多休闲服小企业开始加速产业链升级，向产业链的高利润环节拓展。当前我国多数的休闲服装企业依旧集中在产品制造这一低利润环节上，而能够涉及到产品设计、原料采购、仓储运输、订单处理、批发经营和终端零售等高利润环节的企业数量还相对较少。因此，加速产业链升级将成为休闲服装小企业提升利润的发展方向。

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、国内外相关服装报刊杂志等公布和提供的大量资料，对我国休闲服装行业发展现状、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，对今后我国休闲服装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，为休闲服装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

### 第一部分 行业发展概况

#### 第一章 休闲服行业发展概述 1

##### 第一节 休闲服定义及分类 1

###### 一、休闲服的定义 1

###### 二、休闲服的种类 1

###### 三、休闲服的特性 2

##### 第二节 休闲服行业的界定 2

###### 一、行业经济特性 2

###### 二、产业链结构分析 4

##### 第三节 休闲服行业发展成熟度分析 8

###### 一、行业发展分析 8

###### 二、行业中外市场成熟度对比 11

###### 三、行业及其主要子行业成熟度分析 15

### 第二部分 行业发展分析

#### 第二章 全球休闲服市场发展分析 19

##### 第一节 2008年全球休闲服市场分析 19

###### 一、2008年休闲服行业大事记 19

###### 二、2008年全球休闲服市场回顾 19

##### 第二节 2009年全球休闲服市场分析 21

###### 一、2009年我国休闲服需求分析 21

###### 二、2009年欧美休闲服需求分析 21

###### 三、2009年中外休闲服市场对比 22

##### 第三节 主要国家地区休闲服市场分析 23

###### 一、2008-2009年美国休闲服市场分析 23

###### 二、2008-2009年欧洲休闲服市场分析 24

###### 三、2008-2009年日本休闲服市场分析 24

###### 四、2008-2009年韩国休闲服市场分析 27

###### 五、2008-2009年其他国家休闲服市场 28

#### 第三章 我国休闲服行业发展现状 30

##### 第一节 我国休闲服行业发展现状 30

###### 一、我国休闲服行业发展现状 30

- 二、我国休闲服市场特点分析 34
- 三、我国休闲服设计现状分析 35
- 第二节 全国休闲服市场分析 36
  - 一、2008年全国休闲服市场规模分析 36
  - 二、2009年全国休闲服市场变化趋势 37
- 第三节 休闲服市场价格分析 39
  - 一、休闲服市场价格影响因素 39
  - 二、2008年休闲服市场价格走势 41
  - 三、2009年休闲服市场价格走势 42
- 第四节 中国休闲服行业供需分析 43
  - 一、2008年中国休闲服市场供给总量分析 43
  - 二、2008年中国休闲服市场需求分析 45
  - 三、2009年中国休闲服市场供给总量分析 56
  - 四、2009年中国休闲服市场需求分析 57
- 第五节 对中国休闲服市场的分析及思考 58
  - 一、休闲服市场特点 58
  - 二、休闲服市场分析 67
  - 三、休闲服市场变化的方向 74
  - 四、中国休闲服产业发展的新思路 75
- 第四章 休闲服行业经济运行分析 77
  - 第一节 2008-2009年休闲服产量分析 77
    - 一、2008年休闲服产量分析 77
    - 二、2009年1-11月休闲服产量分析 79
  - 第二节 2008-2009年休闲服行业主要经济指标分析 81
    - 一、行业领袖企业经济指标分析 81
    - 二、2008年休闲服行业主要经济指标分析 82
- 第五章 我国休闲服行业进出口分析 83
  - 第一节 我国休闲服进口分析 83
    - 一、2008年进口总量及结构分析 83
    - 二、2008年进口区域分析 84
  - 第二节 我国休闲服出口分析 85
    - 一、2008年出口总量及结构分析 85
    - 二、2008年出口区域分析 86
  - 第三节 我国休闲服进出口预测 88
    - 一、2009年1-10月出口分析 88

- 二、2009年1-10月季进口分析 91
- 第六章 中国休闲服消费市场分析 94
  - 第一节 休闲服消费者市场细分 94
    - 一、2009年我国人口细分与休闲服市场人口结构 94
    - 二、年龄结构细分与休闲服市场消费结构 95
    - 三、地理位置细分市场与休闲服市场 103
  - 第二节 休闲服消费者情况分析 109
    - 一、我国休闲服消费现状的研究与分析 109
    - 二、我国知识女性休闲服消费情况分析 117
    - 三、高校学生休闲服消费特征分析 122
  - 第三节 消费者购买偏好分析 127
    - 一、品牌偏好分析 127
    - 二、商品价格分析 129
    - 三、流行趋势分析 130
- 第七章 休闲服销售及营销分析 135
  - 第一节 中国休闲服的营销渠道 135
    - 一、营销渠道的概念 135
    - 二、服装销售渠道的结构及成员组成 136
    - 三、批发商和零售商为传统的营销渠道 138
    - 四、服装零售商的定义、作用 142
    - 五、服装零售商的类型及简介 143
    - 六、2009年休闲服营销渠道的焦点变化 144
  - 第二节 后奥运时代休闲服品牌的营销策略 150
    - 一、明星效应 150
    - 二、赛事赞助 153
    - 三、公益营销 155
    - 四、制造焦点 161
    - 五、危机处理 162
    - 六、体育营销 163
    - 七、事件整合 163
  - 第三节 中国休闲服市场各品类销售分析 165
    - 一、T恤 165
    - 二、牛仔 173
    - 三、羽绒服 174
    - 四、衬衫 175

## 第八章 细分市场分析 177

### 第一节 大众休闲 177

一、大众休闲的特点和主要品牌 177

二、大众休闲品牌运营分析 179

### 第二节 运动休闲 181

一、运动休闲市场分析 181

二、运动休闲的特点和主要品牌 185

### 第三节 时尚休闲 187

一、时尚休闲的主要品牌 187

二、时尚休闲的特点 187

### 第四节 户外休闲 190

一、户外休闲市场现状 190

二、户外休闲的特点和主要品牌 190

## 第三部分 行业竞争分析

## 第九章 休闲服行业竞争格局分析 193

### 第一节 行业竞争结构分析 193

一、行业内现有企业的竞争 193

二、新进入者的威胁 194

三、替代品的威胁 195

四、供应商的讨价还价能力 195

五、购买者的讨价还价能力 196

### 第二节 行业集中度分析 196

一、我国服装行业集中度及产业集群概况 196

二、服装产业集群发展状况 198

三、影响服装产业集群发展的重要因素 201

四、服装产业集群发展建议 204

### 第三节 中国休闲服行业竞争格局综述 205

一、2008年休闲服行业集中度 205

二、2008年休闲服行业竞争程度 206

## 第十章 休闲服重点品牌企业竞争分析 210

### 第一节 班尼路Baleno 210

一、企业概况 210

二、竞争优势分析 212

三、2008-2009年经营状况 213

四、2010-2012年发展战略、盈利能力分析 217

- 五、品牌竞争策略 217
- 六、主要产品构成以及各产品市场定位 218
- 七、产品投放区域格局 221
- 第二节 森马Semir 223
  - 一、企业概况 223
  - 二、竞争优势分析 224
  - 三、2008-2009年经营状况 226
  - 四、品牌竞争战略 226
- 第三节 以纯YISHION 227
  - 一、企业概况 227
  - 二、竞争优势分析 228
  - 三、2009-2012年发展战略、盈利能力分析及投资风险 230
  - 四、产品投放区域格局 230
- 第四节 美特斯邦威 231
  - 一、企业概况 231
  - 二、竞争优势分析 232
  - 三、2008-2009年经营状况 234
  - 四、品牌市场份额 237
  - 五、品牌竞争策略、渠道策略 238
  - 六、产品投放区域格局 240
- 第五节 真维斯JEANSWEST 241
  - 一、企业概况 241
  - 二、竞争优势分析 242
  - 三、2008-2009年经营状况 245
  - 四、品牌市场份额 248
  - 五、品牌竞争策略、渠道策略 248
- 第六节 佐丹奴Giordano 252
  - 一、企业概况 252
  - 二、竞争优势分析 253
  - 三、2008-2009年经营状况 255
  - 四、2010-2012年发展战略 258
  - 五、品牌竞争策略、渠道策略 258
- 第七节 李宁Lining 260
  - 一、企业概况 260
  - 二、竞争优势分析 261



- 三、2008-2009年经营状况 264
- 四、20010-2012年发展战略 266
- 五、品牌竞争策略、渠道策略 267
- 六、产品线构成 268
- 七、产品投放区域格局 269
- 第八节 杰克琼斯Jackjones（主要针对中国市场） 269
  - 一、企业概况 269
  - 二、竞争优势分析 272
  - 三、2008-2009年经营状况 276
- 第九节 H&M（主要针对中国市场） 277
  - 一、企业概况 277
  - 二、竞争优势分析 280
  - 三、2008-2009年经营状况 283
  - 四、品牌市场份额 283
- 第十节 ZARA（主要针对中国市场） 284
  - 一、企业概况 284
  - 二、竞争优势分析 287
  - 三、2008-2009年经营状况 290
  - 四、品牌市场份额 290
  - 五、品牌竞争策略、渠道策略 291
  - 六、产品投放区域格局 293
- 第十一节 优衣库UNIQLO（主要针对中国市场） 293
  - 一、企业概况 293
  - 二、竞争优势分析 297
  - 三、2008-2009年经营状况 299
  - 四、2010-2012年发展战略 299
  - 五、品牌市场份额 299
  - 六、品牌竞争策略、渠道策略 299
  - 七、产品投放区域格局 302
- 第四部分 行业发展趋势和投资分析
- 第十一章 休闲服行业发展趋势分析 303
  - 第一节 我国休闲服行业前景与机遇分析 303
    - 一、我国休闲服行业发展前景 303
    - 二、我国休闲服发展机遇分析 304
    - 三、金融危机对休闲服的影响分析 306

第二节 2009-2012年中国休闲服市场趋势分析	306
一、2009-2012年休闲服发展趋势分析	306
二、2009-2012年休闲服市场发展空间	311
三、2009-2012年休闲服技术革新趋势	312
四、2009-2012年休闲服价格走势分析	316
第十二章 休闲服行业投资环境分析	317
第一节 经济发展环境分析	317
一、2008-2009年我国宏观经济运行情况	317
二、2009-2012年我国宏观经济形势分析	326
三、2009-2012年投资趋势及其影响预测	343
第二节 政策法规环境分析	347
一、2009年休闲服行业政策环境分析	347
二、2009年国内宏观政策对其影响	350
第三节 社会发展环境分析	353
一、国内社会环境发展现状	353
二、2009-2012年社会环境对行业的影响分析	354
第四节 纺织行业振兴规划	356
一、纺织行业振兴规划概述	356
二、纺织行业振兴规划细则	356
三、产业调整和振兴的主要任务	359
四、纺织行业振兴规划主要措施	365
五、纺织行业振兴规划的意义与作用	367
六、纺织行业振兴规划对休闲服行业的影响	369
第十三章 休闲服行业投资机会与风险	371
第一节 行业投资收益率比较及分析	371
一、2008-2009年相关产业投资收益率比较	371
二、2007-2008行业投资收益率分析	375
第二节 休闲服行业投资效益分析	382
一、2008-2009年休闲服行业投资状况分析	382
二、2009-2012年休闲服行业投资效益分析	384
三、2009-2012年休闲服行业投资趋势预测	387
四、2009-2012年休闲服行业的投资方向	391
五、2009-2012年休闲服行业投资的建议	395
第三节 影响休闲服行业发展的主要因素	396
一、2009-2012年影响休闲服行业运行的有利因素分析	396

- 二、2009-2012年影响休闲服行业运行的不利因素分析 397
- 三、2009-2012年我国休闲服行业发展面临的挑战分析 398
- 四、2009-2012年我国休闲服行业发展面临的机遇分析 400

#### 第十四章 休闲服行业投资战略研究 402

##### 第一节 休闲服行业发展战略研究 402

一、技术开发战略 402

二、业务组合战略 405

三、区域战略规划 408

四、产业战略规划 417

五、营销品牌战略 419

六、信息化战略规划 421

##### 第二节 对我国休闲服品牌的战略思考 423

一、企业品牌的重要性 423

二、休闲服实施品牌战略的意义 424

三、休闲服企业品牌的现状分析 427

四、我国休闲服企业的品牌营销 429

五、休闲服品牌战略管理的策略 433

##### 第三节 休闲服企业经营管理策略 434

一、成本控制策略 437

二、定价策略 439

三、竞争策略 440

四、并购重组策略 442

五、营销策略 445

六、人力资源策略 446

七、国际化策略 447

#### 图表目录

图表：2009年1-10月服装销售价格指数 43

图表：2009年服装零售价格指数 43

图表：2008-2009年服装价格指数对比 43

图表：2008年全国针织服装产量 43

图表：2008年全国儿童服装产量 44

图表：2008年全国衬衣产量 44

图表：2008年全国羽绒服产量 45

图表：2009年1-11月全国针织服装产量 56

图表：2009年1-11月全国衬衫产量 56

- 图表：2009年1-11月年全国羽绒服产量 57
- 图表：2008年1-12月休闲服产量走势图 77
- 图表：2008年1-2月全国休闲服产量 77
- 图表：2008年2-3月全国休闲服产量 77
- 图表：2008年3-4月全国休闲服产量 77
- 图表：2008年4-5月全国休闲服产量 78
- 图表：2008年5-6月全国休闲服产量 78
- 图表：2008年6-7月全国休闲服产量 78
- 图表：2008年7-8月全国休闲服产量 78
- 图表：2008年8-9月全国休闲服产量 78
- 图表：2008年9-10月全国休闲服产量 78
- 图表：2008年10-11月全国休闲服产量 78
- 图表：2008年11-12月全国休闲服产量 78
- 图表：2009年1-11月休闲服产量走势图 79
- 图表：2009年1-2月全国休闲服产量 79
- 图表：2009年2-3月全国休闲服产量 79
- 图表：2009年3-4月全国休闲服产量 79
- 图表：2009年4-5月全国休闲服产量 79
- 图表：2009年5-6月全国休闲服产量 80
- 图表：2009年6-7月全国休闲服产量 80
- 图表：2009年7-8月全国休闲服产量 80
- 图表：2009年8-9月全国休闲服产量 80
- 图表：2009年9-10月全国休闲服产量 80
- 图表：2009年10-11月全国休闲服产量 80
- 图表：2008年第一季度我国针织类服装进口总量分析 83
- 图表：2008年第二季度我国针织类服装进口总量分析 83
- 图表：2008年第三季度我国针织类服装进口总量分析 83
- 图表：2008年第四季度我国针织类服装进口总量分析 83
- 图表：2008年第一季度我国非针织类服装进口总量分析 84
- 图表：2008年第二季度我国非针织类服装进口总量分析 84
- 图表：2008年第三季度我国非针织类服装进口总量分析 84
- 图表：2008年第四季度我国非针织类服装进口总量分析 84
- 图表：2008年我国服装进口统计-亚洲 84
- 图表：2008年我国服装进口统计-非洲 85
- 图表：2008年我国服装进口统计-欧洲 85

- 图表：2008年我国服装进口统计-拉丁美洲 85
- 图表：2008年我国服装进口统计-北美洲 85
- 图表：2008年我国服装进口统计-大洋洲 85
- 图表：2008年我国针织类服装出口总量分析 85
- 图表：2008年我国非针织类服装出口总量分析 86
- 图表：2008年我国休闲服出口统计-亚洲 86
- 图表：2008年我国休闲服出口统计-非洲 87
- 图表：2008年我国休闲服出口总量-欧洲 87
- 图表：2008年我国休闲服出口总量-拉丁美洲 87
- 图表：2008年我国休闲服出口总量-北美洲 87
- 图表：2008年我国休闲服出口总量-大洋洲 87
- 图表：2009年1-10月我国服装出口总额统计 88
- 图表：2009年1-10月国有进出口公司服装出口统计 88
- 图表：2009年1-10月集体企业服装出口统计 88
- 图表：2009年1-10月三资企业服装出口统计 88
- 图表：2009年1-10月我国民营企业服装出口统计 88
- 图表：2009年1-10月我国服装出口统计-亚洲 89
- 图表：2009年1-10月我国服装出口统计-欧洲 89
- 图表：2009年1-10月我国服装出口统计-非洲 89
- 图表：2009年1-10月我国服装出口统计-大洋洲 89
- 图表：2009年1-10月我国服装出口统计-北美洲 89
- 图表：2009年1-10月我国棉制的服装出口统计 90
- 图表：2009年1-10月我国毛制的服装出口统计 90
- 图表：2009年1-10月我国麻制的服装出口统计 90
- 图表：2009年1-10月我国丝制的服装出口统计 90
- 图表：2009年1-10月我国化纤服装出口统计 90
- 图表：2009年1-10月我国其他材料服装出口统计 90
- 图表：2009年1-10月我国服装进口总额统计 91
- 图表：2009年1-10月我国国有进出口公司服装进口统计 91
- 图表：2009年1-10月我国集体企业服装进口统计 91
- 图表：2009年1-10月我国三资企业服装进口统计 91
- 图表：2009年1-10月我国民营企业服装进口统计 91
- 图表：2009年1-10月我国服装进口统计-亚洲 92
- 图表：2009年1-10月我国服装进口统计-欧洲 92
- 图表：2009年1-10月我国服装进口统计-非洲 92

- 图表：2009年1-10月我国服装进口统计-大洋洲 92
- 图表：2009年1-10月我国服装进口统计-北美洲 92
- 图表：2009年1-10月我国棉制服装进口统计 93
- 图表：2009年1-10月我国毛制服装进口统计 93
- 图表：2009年1-10月我国麻制服装进口统计 93
- 图表：2009年1-10月我国丝制服装进口统计 93
- 图表：2009年1-10月我国化纤服装进口统计 93
- 图表：2009年1-10月我国其他材料服装进口统计 93
- 图表：2008年我国人口数及其构成 94
- 图表：1953-2000年我国人口年龄结构变化 96
- 图表：年龄结构类型划分标准 96
- 图表：全国各省市新增专业市场情况（部分） 104
- 图表：新增市场数量对比图 106
- 图表：新增市场不同规模面积统计图 106
- 图表：新增各种经营类别市场比例图 107
- 图表：新增市场投资规模对比图 108
- 图表：2001-2006年中国城镇居民人均消费支出情况 109
- 图表：2001-2006年中国农村居民人均消费情况 110
- 图表：城镇居民消费支出构成情况 111
- 图表：农村居民消费支出构成情况 112
- 图表：2009年1月我国消费者信心指数 113
- 图表：2009年2月我国消费者信心指 113
- 图表：2009年3月我国消费者信心指数 114
- 图表：2009年4月我国消费者信心指数 114
- 图表：2009年5月我国消费者信心指数 115
- 图表：品牌意识分析表一 127
- 图表：品牌意识分析表二 127
- 图表：品牌意识分析总图 128
- 图表：最经常购买的体恤单价 129
- 图表：经常购买的牛仔裤、休闲裤单价 129
- 图表：销售渠道环节 关系图 136
- 图表：2009年2月全国十大主销商场衬衣销量 176
- 图表：2009年2月男衬衫品牌综合占有率分布图 176
- 图表：2009年十佳休闲服品牌 177
- 图表：2009年知名休闲服品牌 178

- 图表：2009年十佳T恤品牌榜 178
- 图表：2009年知名T恤品牌 178
- 图表：2009年休闲品牌中国驰名商标 179
- 图表：产业集聚综合竞争力和传统竞争力之比较表 200
- 图表：2007-2009年德永佳集团有限公司业务表现及主要财务比率 214
- 图表：2007-2009年德永佳集团有限公司主要品牌销售 214
- 图表：2009年德永佳集团有限公司主要品牌销售 214
- 图表：2008-2009年德永佳集团有限公司综合利润表 215
- 图表：2008-2009年德永佳集团有限公司综合资产负债表 216
- 图表：2007-2009年德永佳集团中国大陆市场发展情况 222
- 图表：2007-2009年德永佳集团香港及澳门市场发展情况 222
- 图表：2007-2009年德永佳集团台湾市场发展情况 222
- 图表：2007-2009年德永佳集团新加坡市场发展情况 223
- 图表：2007-2009年德永佳集团马来西亚市场发展情况 223
- 图表：2008-2009年美特斯邦威集团有限公司每股指标 234
- 图表：2008-2009年美特斯邦威集团有限公司获利能力 234
- 图表：2008-2009年美特斯邦威集团有限公司经营能力 235
- 图表：2008-2009年美特斯邦威集团有限公司偿债能力 235
- 图表：2008-2009年美特斯邦威集团有限公司资本结构 235
- 图表：2008-2009年美特斯邦威集团有限公司发展能力 235
- 图表：2008-2009年美特斯邦威集团有限公司现金流量 236
- 图表：2008-2009年美特斯邦威集团有限公司主营业务收入 236
- 图表：2008-2009年美特斯邦威集团有限公司主营业务利润 236
- 图表：2008-2009年美特斯邦威集团有限公司营业利润 236
- 图表：2008-2009年美特斯邦威集团有限公司利润总额 237
- 图表：2008-2009年美特斯邦威集团有限公司净利润 237
- 图表：2008年旭日集团有限公司损益表 246
- 图表：2008年旭日集团有限公司资产负债表 247
- 图表：2008年佐丹奴有限公司资产负债表 255
- 图表：2008年佐丹奴有限公司资产损益表 257
- 图表：2004-2009年李宁体育用品有限公司增长情况统计图 264
- 图表：2008-2009年李宁体育用品有限公司财务回顾 264
- 图表：2008-2009年李宁体育用品有限公司主要财务指标 265
- 图表：2008-2009年李宁体育用品有限公司资产负债表 265
- 图表：李宁体育用品有限公司2009年中期业绩摘要 266

- 图表：2008-2009年李宁体育用品有限公司按产品构成的收入划分 268
- 图表：2008-2009年李宁体育用品有限公司各区域收入增长统计图 269
- 图表：1997-2008中国GDP增长情况 317
- 图表：2008年中国GDP增长情况 319
- 图表：2008年中国CPI上涨情况 320
- 图表：2008年中国规模以上工业增加值增长情况 320
- 图表：2008年中国进出口贸易情况统计 321
- 图表：2008年中国城镇人口人均收入统计情况 321
- 图表：2008年中国外汇储备统计 322
- 图表：2008年中国货币供应量情况 322
- 图表：2008年中国消费品零售额情况 323
- 图表：2004-2009年中国对外贸易统计情况 325
- 图表：2007-2009年季度累计GDP 327
- 图表：2007-2009年季度GDP 327
- 图表：2008-2009年社会消费品零售总额 328
- 图表：2008-2009年进出口额 329
- 图表：2008-2009年城镇固定资产投资 329
- 图表：2008-2009年城镇固定资产投资结构 330
- 图表：2008-2009年城镇固定资产投资同比增幅 330
- 图表：2008-2009年三大价格指数同比增幅 331
- 图表：2008-2009年货币供应量余额 332
- 图表：2008-2009年贷款余额 333
- 图表：2008-2009年储蓄存款余额 333
- 图表：2007-2009年一年期存贷款利率调整 334
- 图表：2008-2009年汇率和外汇储备 335
- 图表：2008-2009年采购经理指数 336
- 图表：2008-2009年货运量同比增幅 336
- 图表：2008-2009年消费者信心指数 337
- 图表：2008-2009年股票综合指数 337
- 图表：2008-2009年宏观经济景气指数 338
- 图表：2007年纺织各自行业毛利率、净利率比较 375
- 图表：2007年纺织各自行业平均利润 376
- 图表：服装行业的品牌生命线 378
- 图表：全国10大城市对品牌服装的态度 378
- 图表：服装市场的各种营销模式、商业业态优缺点 380



图表：服装行业的驱动力分析 381

图表：国内纺织企业不同利润率的企业占比 381

图表：区域发展战略咨询流程图 414

图表：区域SWOT战略分析图 416

图表：休闲服/牛仔裤品牌中国驰名商标 427

图表：休闲服装品牌行业重点企业暨行业著名品牌名录 428

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/7697976979.html>