

2009-2012年中国羽绒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

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年中国羽绒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/7698076980.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

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

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 我国羽绒服行业发展现状 5

第一节 我国羽绒服行业发展现状 5

一、我国羽绒服行业发展现状 5

二、我国羽绒服设计现状分析 6

三、我国羽绒服市场特点分析 9

第二节 全国羽绒服市场分析 11

一、2008年全国羽绒服市场规模分析 11

二、2009年全国羽绒服市场变化趋势 12

第三节 羽绒服市场需求分析 13

一、2008年羽绒服市场销量分析 13

二、2009年羽绒服市场销量预测 13

第四节 羽绒服市场价格分析 15

一、市场价格影响因素 15

二、2008年羽绒服市场价格走势 16

三、2009年羽绒服市场价格走势 17

第五节 2008-2009年羽绒服行业发展分析 18

一、2008-2009年羽绒服业产销存运行分析 18

二、2008-2009年羽绒服行业利润情况分析 19

三、2008-2009年羽绒服行业发展周期分析 21

四、2009-2012年羽绒服行业发展机遇分析 23

第三章 羽绒服行业经济运行分析	24
第一节 2008-2009年羽绒服产量分析	24
一、2008年羽绒服产量分析	24
二、2009年羽绒服产量分析	29
第二节 2008-2009年羽绒服行业主要经济指标分析	34
一、销售收入前十家企业分析	34
二、2008年羽绒服行业主要经济指标分析	34
三、2009年羽绒服行业主要经济指标分析	35
第四章 我国羽绒服行业进出口分析	37
第一节 我国服装制品出口SWOT分析	37
一、内部优势分析	37
二、内部劣势分析	38
三、外部机会分析	40
四、外部威胁分析	40
五、SWOT对策措施	41
第二节 我国羽绒服进出口数量分析	42
一、2008年进口数量分析	42
二、2008年出口数量分析	42
三、2008年进出口总量分析	43
第三节 我国羽绒服进出口金额分析	43
一、2008年进口金额分析	43
二、2008年出口金额分析	43
三、2008年进出口总量分析	43
第五章 中国羽绒服消费市场分析	44
第一节 服装市场消费需求的影响因素	44
一、社会文化	44
二、流行趋势	47
三、服装的基本功能与特征	47
四、商品名称	49
五、商标	49
六、商品价格	50
七、商品广告	51
八、消费者收入	52
第二节 羽绒服消费者市场细分	52
一、2009年我国人口细分与羽绒服市场人口结构	52

- 二、年龄结构细分与羽绒服市场消费结构 52
- 三、消费者利益细分市场与羽绒服市场消费结构 53
- 四、地理位置细分市场与羽绒服市场 53
- 第三节 羽绒服消费者情况分析 54
 - 一、2009年全球消费者信心指数 54
 - 二、2009年我国消费者信心指数 56
 - 三、我国知识女性羽绒服消费情况分析 59
- 第四节 消费者购买偏好分析 60
 - 一、品牌偏好分析 60
 - 二、颜色偏好分析 63
 - 三、商品价格分析 63
 - 四、流行趋势分析 64
- 第六章 羽绒服销售及营销分析 66
 - 第一节 中国羽绒服的营销方式 66
 - 一、大型商场/百货公司 66
 - 二、商场、超市及连锁店 66
 - 三、中小企业 67
 - 四、经销商 68
 - 第二节 后奥运时代羽绒服品牌的营销策略 69
 - 一、明星效应 69
 - 二、赛事赞助 70
 - 三、公益营销 71
 - 四、制造焦点 72
 - 五、危机处理 72
 - 六、体育营销 73
 - 第三节 中国羽绒服的销售策略分析 74
 - 一、国际化 74
 - 二、休闲化 74
 - 三、时尚化 74
 - 四、功能化 74
 - 五、长期化 75
- 第七章 羽绒服区域市场发展分析 76
 - 第一节 主要省市羽绒服市场发展分析 76
 - 一、北京羽绒服市场发展分析 76
 - 二、天津羽绒服市场发展分析 77

- 三、苏州羽绒服市场发展分析 78
- 四、江苏羽绒服市场发展分析 79
- 五、福建羽绒服市场发展分析 81
- 第二节 其他省市羽绒服市场发展分析 82
 - 一、保定羽绒服市场发展分析 82
 - 二、重庆羽绒服市场发展分析 82
 - 三、天水羽绒服市场发展分析 83
 - 四、南京羽绒服市场发展分析 83
 - 五、郑州羽绒服市场发展分析 83
 - 六、宁波羽绒服市场发展分析 84
 - 七、杭州羽绒服市场发展分析 84
- 第二部分 行业竞争格局
- 第八章 羽绒服行业竞争格局分析 87
 - 第一节 行业竞争结构分析 87
 - 一、现有企业间竞争 87
 - 二、潜在进入者分析 88
 - 三、替代品威胁分析 88
 - 四、供应商的讨价还价能力 88
 - 五、购买者的讨价还价能力 89
 - 第二节 行业集中度分析 89
 - 一、市场集中度分析 89
 - 二、企业集中度分析 90
 - 三、区域集中度分析 90
 - 第三节 2009年羽绒服行业竞争格局分析 90
 - 一、羽绒服市场竞争格局分析 90
 - 二、羽绒服品牌竞争格局分析 92
 - 三、羽绒服企业竞争格局分析 93
- 第九章 羽绒服企业竞争策略分析 98
 - 第一节 羽绒服市场竞争策略分析 98
 - 一、2009年羽绒服市场增长潜力分析 98
 - 二、2009年羽绒服主要潜力品种分析 98
 - 第二节 羽绒服企业竞争策略分析 99
 - 一、时尚趋势化 99
 - 二、系列拓展化 99
 - 三、品牌高端化 100

第十章 中国羽绒服行业整体运行指标分析	101
第一节 2009年中国羽绒服行业总体规模分析	101
一、企业数量结构分析	101
二、行业生产规模分析	101
第二节 2009年中国羽绒服行业产销分析	102
一、我国羽绒服产销的有利因素	102
二、我国羽绒服产销的不利因素	102
第十一章 羽绒服行业赢利水平分析	103
第一节 成本分析	103
一、2009年羽绒服原材料价格走势	103
二、2009年羽绒服行业人工成本分析	103
第二节 产销运存分析	105
一、2008-2009年羽绒服行业库存情况	105
二、2008-2009年羽绒服行业资金周转情况	109
第十二章 羽绒服行业盈利能力分析	111
第一节 羽绒服企业盈利能力分析	111
一、波司登盈利能力分析	111
二、红豆盈利能力分析	112
第二节 影响羽绒服行业盈利能力的因素	112
一、原材料价格走势	112
二、人民币汇率走势	112
第十三章 羽绒服重点品牌企业及重点休闲服饰企业销售情况分析	114
第一节 波司登股份有限公司	114
一、企业概况	114
二、2009年经营状况	115
三、2009年企业品牌价值	116
四、2009-2012年企业发展分析	117
第二节 江苏雅鹿实业股份有限公司	120
一、企业概况	120
二、企业发展动态	121
三、2009-2012年企业发展策略	125
四、2009-2012年企业发展趋势	127
五、2009-2012年企业品牌建设	128
六、企业发展规划	128
第三节 江西共青鸭鸭集团	129

- 一、企业概况 129
- 二、企业发展状况 131
- 三、企业产品创新 131
- 四、企业市场细分 132
- 五、企业质量效应 132
- 六、企业品牌延伸 133
- 第四节 江苏红豆实业股份有限公司 133
 - 一、企业概况 133
 - 二、2008-2009年公司财务分析 134
 - 三、2009年公司经营情况 138
 - 四、企业发展状况 138
 - 五、企业管理策略 139
- 第五节 艾莱依集团 141
 - 一、企业概况 141
 - 二、企业法则 144
 - 三、2009年企业发展分析 148
- 第六节 千仞岗制衣有限公司 152
 - 一、企业概况 152
 - 二、企业发展状况 153
 - 三、企业营销分析 156
- 第七节 班尼路 157
 - 一、公司概况 157
 - 二、企业营销分析 158
 - 三、企业品牌策略分析 159
- 第八节 森马 160
 - 一、企业概况 160
 - 二、2009年企业经营状况 161
 - 三、企业经营战略 161
 - 四、企业羽绒服产品分析 162
- 第九节 以纯 164
 - 一、企业概况 164
 - 二、企业营销策略 165
 - 三、企业的发展趋势 166
- 第十节 美特斯邦威 167
 - 一、企业概况 167

- 二、企业经营方式 171
- 三、公司发展趋势 172
- 四、公司经营情况分析 173
- 第十一节 真维斯 175
 - 一、企业概况 175
 - 二、企业网络营销策略 176
 - 三、2009年企业经营状况 178
- 第十二节 佐丹奴 179
 - 一、企业概况 179
 - 二、企业发展状况 179
 - 三、2009年企业经营状况 180
 - 四、企业品牌营销策略 180
- 第十三节 李宁 183
 - 一、企业概况 183
 - 二、企业营销模式分析 184
 - 三、企业盈利能力分析 185
 - 四、企业发展趋势及SWOT战略分析 186
- 第十四节 杰克琼斯 190
 - 一、企业概况 190
 - 二、企业销售模式分析 191
 - 三、2009年企业经营状况 198
- 第十五节 H&M 198
 - 一、企业概况 198
 - 二、企业发展状况 199
 - 三、企业经营方式分析 200
 - 四、2009年企业经营状况 202
- 第十六节 ZARA 203
 - 一、企业概况 203
 - 二、企业营销策略分析 203
 - 三、企业2009年经营状况 208
 - 四、企业发展策略 208
- 第十七节 优衣库 216
 - 一、企业概况 216
 - 二、品牌在中国的发展 217
 - 三、企业营销策略 217

四、2009年企业经营状况 218

第三部分 行业前景预测

第十四章 羽绒服行业发展趋势及预测分析 221

第一节 2009年服装销售渠道的变化趋势 221

一、2009年聚焦零售渠道变化 221

二、2009年探寻专业市场走向 226

第二节 我国羽绒服装行业前景与机遇分析 228

一、我国服装行业发展前景 228

二、2009-2012年我国羽绒服发展机遇分析 228

三、金融危机对羽绒服的影响分析 229

第三节 2009-2012年中国羽绒服市场趋势分析 230

一、2008-2009年羽绒服市场趋势总结 230

二、2009-2012年羽绒服发展趋势分析 231

三、2009-2012年羽绒服市场发展空间 233

四、2009-2012年羽绒服产业政策趋向 234

五、2009-2012年羽绒服技术革新趋势 235

六、2009-2012年国际环境对行业的影响 235

第四节 2009-2012年纺织服装行业发展预测 236

一、2009-2010年服装面料流行趋势前瞻 236

二、2010年世界品牌服装市场预测 237

三、2012年服装业的增长预测 238

第四部分 投资战略研究

第十五章 羽绒服行业投资现状及环境分析 245

第一节 服装行业投资进入壁垒和退出机制分析 245

一、进入壁垒 245

二、退出机制 246

第二节 中国新增纺织服装专业市场投资情况分析 247

一、投资区域分布分析 247

二、市场规模分析 249

三、经营类别分析 250

四、投资力度分析 251

第三节 2009年我国羽绒服行业投资现状 252

一、2009年1-11月我国纺织行业投资现状 252

二、我国纺织工业投资情况 253

第四节 我国羽绒服行业投资环境分析 253

- 一、2009年全国宏观经济指标分析 253
- 二、我国羽绒服投资政策分析 285
- 三、纺织行业振兴规划 287
- 四、2009-2012年影响投资的因素分析 297
- 第十六章 羽绒服行业投资机会与风险 300
- 第一节 羽绒服行业投资机会分析 300
- 一、纺织服装行业投资机会 300
- 二、金融危机带来的机遇分析 301
- 第二节 服装业投资特性与风险分析 302
- 一、中国服装出口的主要贸易壁垒 302
- 二、服装业的主要风险 308
- 第十七章 羽绒服行业投资战略研究 309
- 第一节 行业发展战略研究 309
- 一、技术开发战略 309
- 二、产业战略规划 312
- 三、业务组合战略 314
- 四、营销战略规划 317
- 五、区域战略规划 319
- 六、企业信息化战略规划 329
- 第二节 羽绒服行业品牌战略分析 331
- 一、品牌的基本含义 331
- 二、品牌战略在企业发展中的重要性 331
- 三、服装品牌的特性和作用 332
- 四、服装品牌的价值战略 333
- 五、我国服装品牌竞争趋势 333
- 六、服装企业品牌发展战略 334
- 第三节 羽绒服企业经营管理策略 336
- 一、企业经营策略综述 336
- 二、企业产品经营策略 337
- 三、企业渠道经营策略 338
- 四、企业并购策略分析 339
- 五、经济危机下企业经营管理策略 341
- 第四节 羽绒服行业投资战略研究 343
- 一、2009年服装行业投资战略 343
- 二、纺织服装投资形势分析 344

图表目录

- 图表：2008年1-12月羽绒服全国产量分析 24
- 图表：2008年1-12月羽绒服北京产量分析 24
- 图表：2008年1-12月羽绒服天津产量分析 24
- 图表：2008年1-12月羽绒服河北产量分析 24
- 图表：2008年1-12月羽绒服内蒙古产量分析 25
- 图表：2008年1-12月羽绒服辽宁产量分析 25
- 图表：2008年1-12月羽绒服吉林产量分析 25
- 图表：2008年1-12月羽绒服黑龙江产量分析 25
- 图表：2008年1-12月羽绒服上海产量分析 25
- 图表：2008年1-12月羽绒服江苏产量分析 26
- 图表：2008年1-12月羽绒服浙江产量分析 26
- 图表：2008年1-12月羽绒服安徽产量分析 26
- 图表：2008年1-12月羽绒服福建产量分析 26
- 图表：2008年1-12月羽绒服江西产量分析 26
- 图表：2008年1-12月羽绒服山东产量分析 27
- 图表：2008年1-12月羽绒服河南产量分析 27
- 图表：2008年1-12月羽绒服湖北产量分析 27
- 图表：2008年1-12月羽绒服广东产量分析 27
- 图表：2008年1-12月羽绒服广西产量分析 27
- 图表：2008年1-12月羽绒服重庆产量分析 28
- 图表：2008年1-12月羽绒服四川产量分析 28
- 图表：2008年1-12月羽绒服云南产量分析 28
- 图表：2008年1-12月羽绒服陕西产量分析 28
- 图表：2008年1-12月羽绒服甘肃产量分析 28
- 图表：2009年1-11月羽绒服全国产量分析 29
- 图表：2009年1-11月羽绒服北京产量分析 29
- 图表：2009年1-11月羽绒服天津产量分析 29
- 图表：2009年1-11月羽绒服河北产量分析 29
- 图表：2009年1-11月羽绒服内蒙古产量分析 29
- 图表：2009年1-11月羽绒服辽宁产量分析 30
- 图表：2009年1-11月羽绒服吉林产量分析 30
- 图表：2009年1-11月羽绒服黑龙江产量分析 30
- 图表：2009年1-11月羽绒服上海产量分析 30
- 图表：2009年1-11月羽绒服江苏产量分析 30

- 图表：2009年1-11月羽绒服浙江产量分析 31
- 图表：2009年1-11月羽绒服安徽产量分析 31
- 图表：2009年1-11月羽绒服福建产量分析 31
- 图表：2009年1-11月羽绒服江西产量分析 31
- 图表：2009年1-11月羽绒服山东产量分析 31
- 图表：2009年1-11月羽绒服河南产量分析 32
- 图表：2009年1-11月羽绒服湖北产量分析 32
- 图表：2009年1-11月羽绒服湖南产量分析 32
- 图表：2009年1-11月羽绒服广东产量分析 32
- 图表：2009年1-11月羽绒服广西产量分析 32
- 图表：2009年1-11月羽绒服重庆产量分析 33
- 图表：2009年1-11月羽绒服四川产量分析 33
- 图表：2009年1-11月羽绒服陕西产量分析 33
- 图表：2009年1-11月羽绒服甘肃产量分析 33
- 图表：2009年羽绒服销售收入前十家企业分析 34
- 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 34
- 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 35
- 图表：2008年全国羽毛、羽绒及其制品进口数量分析 42
- 图表：2008年全国羽毛、羽绒及其制品出口数量分析 42
- 图表：2008年全国羽毛、羽绒及其制品进出口总数分析 43
- 图表：2008年全国羽毛、羽绒及其制品进口金额分析 43
- 图表：2008年全国羽毛、羽绒及其制品出口金额分析 43
- 图表：2008年全国羽毛、羽绒及其制品进出口总金额分析 43
- 图表：2009年上半年全球消费者信心指数分析 55
- 图表：2009年1月我国消费者信心指数 56
- 图表：2009年2月我国消费者信心指数 57
- 图表：2009年3月我国消费者信心指数 57
- 图表：2009年4月我国消费者信心指数 58
- 图表：2009年5月我国消费者信心指数 58
- 图表：2009年6月我国消费者信心指数 59
- 图表：2009年7月我国消费者信心指数分析 59
- 图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司每股指标 134
- 图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司获利能力 135
- 图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司经营能力 135
- 图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司偿债能力 135

- 图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司资本结构 135
- 图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司发展能力 136
- 图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司现金流量 136
- 图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司主营业务收入 136
- 图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司主营业务利润 136
- 图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司营业利润 137
- 图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司利润总额 137
- 图表：2008-2009年江苏红豆实业股份有限公司净利润 138
- 图表：李宁公司SWOT分析 187
- 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 239
- 图表：2008-2012年城市化推动服装消费增长及增长率 239
- 图表：1990-2007年城乡差别与衣着差别关系 240
- 图表：2008-2012年城乡差距缩小0.1消费市场增长及增长率 240
- 图表：国内几大区域居民消费结构（除食品、居住、交通、文娱） 241
- 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） 241
- 图表：1990-2006年城乡居民人均可支配收入及恩格尔系数 242
- 图表：恩格尔系数下降与居民衣着消费增长关系 242
- 图表：全国各省市新增专业市场情况（部分） 247
- 图表：新增市场数量对比图 249
- 图表：新增市场不同规模面积统计图 250
- 图表：新增各种经营类别市场比例图 251
- 图表：新增市场投资规模对比图 252
- 图表：2009年1-5月我国纺织服装业固定资产投资情况 252
- 图表：2005-2009年GDP当季同比继续增长情况 254
- 图表：2006-2009年M1和M2同比增速情况 254
- 图表：1999-2009年城镇固定资产投资情况 255
- 图表：2005-2009年社会消费品零售总额情况 256
- 图表：2007-2009年消费品进出口情况 256
- 图表：2007-2009年产品出口情况 257
- 图表：2005-2009年CPI、PPI、CGPI同比情况 258
- 图表：2003-2009年经济增长情况 259
- 图表：2003-2009年通货膨胀情况 260
- 图表：2009年宏观经济预警指数分析 260
- 图表：2009年产业指标宏观预警指数分析 261
- 图表：2009年宏观经济景气指数分析 265

- 图表：2009年工业生产指数分析 265
- 图表：2009年工业从业人员分析 266
- 图表：2009年社会需求指数分析 266
- 图表：2009年社会收入指数分析 267
- 图表：2009年宏观经济先行指数分析 268
- 图表：2009年工业产品产销率分析 269
- 图表：2009年商品房本年新开工面积分析 269
- 图表：2009年投资新开工项目分析 270
- 图表：2009年消费者预期指数分析 270
- 图表：2009年港口货物吞吐量分析 271
- 图表：2009年货币供应量分析 271
- 图表：2009年沪市A股月成交金额分析 272
- 图表：2001-2009年工业增加值情况 280
- 图表：2008-2009年轻重工业增速情况 281
- 图表：2006-2009年工业企业利润增长情况 281
- 图表：人民币存款利率表分析 282
- 图表：人民币贷款利率表 283
- 图表：外汇存款利率表 284
- 图表：2007-2009年财政收入及其构成月度同比情况 285
- 图表：2009年与2003-2008年贷款月薪增额对比情况 285
- 图表：区域发展战略咨询流程图 326
- 图表：区域SWOT战略分析图 327
- 图表：企业经营策略层次分析 337

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/7698076980.html>