



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国泳装市场调研 与市场盈利预测研究报告

一、调研说明

《2010-2015年中国泳装市场调研与市场盈利预测研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/145017.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 2009-2010年世界泳装市场运行态势分析

第一节 百年泳装发展历史

第二节 2009-2010年世界泳装市场运行格局

一、世界泳装市场特色分析

二、泳衣背后的商业硝烟

三、泳装新科技为美丽加分

四、国际泳装材料新规定限制"鲨鱼皮"

五、世界泳装市场增长放缓

第三节 2009-2010年世界主要国家泳装运行分析

一、美国泳衣产品跨入绿色时代

二、新科技泳衣助欧洲游泳崛起

三、日本泳装企业变招应对市场变化

第四节 2010-2015年世界泳装行业新趋势分析

第二章 2009-2010年中国泳装行业市场运行态势剖析

第一节 2009-2010年中国泳装行业发展动态分析

一、上海国际时尚内衣展 - 泳装市场获得长足发展

二、泉州泳装抢占品牌资源制高点

三、泳装时装化与运动风

第二节 2009-2010年中国泳装市场发展现状分析

一、泳装市场面临新一轮洗牌

二、中国泳装仍以中小私有企业为主

三、中国泳装产业集群分析

四、中国泳装生产工序和质量控制

五、"泳装新革命"带来的启迪

第三节 2009-2010年中国泳装研发/设计现状

第四节 2009-2010年中国泳装行业存在的问题

一、产品附加值低

二、泳装品牌出现严重同质化

第三章 2009-2010年中国泳装市场运行动态分析

第一节 2009-2010年中国泳装市场运行运态

- 一、明星示范掀起旱地泳装风潮
- 二、厂商日益重视高附加值和高档产品

第二节 2009-2010年中国泳装市场消费情况分析

- 一、09年泳装销量排行榜
- 二、09年女式泳装市场销量分析
- 三、09年份男式泳裤销量分析
- 四、儿童泳装泳具销售悄悄"升温"

第三节 2009-2010年中国泳装市场价格分析

- 一、女式泳装价格呈上涨趋势
- 二、男式泳装

第四节 2009-2010年中国泳装进出口贸易市场运行分析

- 一、大陆泳装出口市场份额不断扩大
- 二、泳装进出口市场分布
- 三、中国供应商开拓西班牙泳装市场

第四章 2009-2010年中国泳装按材质细分产品进出口数据监测

第一节 合纤制针织或钩编游泳服

- 一、2006-2009年中国合纤制针织或钩编男式游泳服进出口数据分析（61123100）
 - 1、2006-2009年中国合纤制针织或钩编男式游泳服出口量及金额统计
 - 2、2006-2009年中国合纤制针织或钩编男式游泳服进口量及金额统计
 - 3、2006-2009年中国合纤制针织或钩编男式游泳服进出口价格分析
- 二、2006-2009年中国合纤制针织或钩编女式游泳服进出口数据分析（61124100）

第二节 棉制针织或钩编游泳服

- 一、2006-2009年中国棉制针织或钩编男式游泳服进出口数据分析（61123900）
- 二、2006-2009年中国棉制针织或钩编女游泳服进出口数据分析（61124900）

第三节 化学纤维制游泳服

- 一、2006-2009年中国化学纤维制男式游泳服进出口数据分析（62111100）
- 二、2006-2009年中国化学纤维制女式游泳服进出口数据分析（62111200）

第五章 2009-2010年中国泳装市场营销透析

第一节 2009-2010年中国泳装市场营销现状

第二节 2009-2010年中国泳装市场营销渠道

一、泳衣专卖店

二、体育用品专卖店

三、网购

四、大型超市

五、邮购（电视购物）

第三节 2009-2010年泳装市场营销动态

一、泳装模特卖泳衣销售额才会翻倍

二、菲利普·科特勒：结果导向的营销

第四节 2009-2010年泳装市场营销案例分析

一、外销企业转型国内——寻找国内蓝海培育新市场

二、耐克营销案例

第五节 2009-2010年泳装市场营销策略分析

第六章 2009-2010年中国泳装市场消费情况全面调研

第一节 游泳服市场调查对象情况分析

一、性别对比分析

二、年龄结构分析

三、职业分布

第二节 游泳服消费者消费习惯调查

一、游泳服消费者购买频次调查

二、消费者对游泳服价格认同情况调查

三、消费者购买渠道情况调查

四、消费者对泳装的款式调查分析

五、消费者对已购买的泳装满意度调查分析

第三节 游泳服消费者品牌状况调查

一、消费者对各国游泳服品牌偏好调查

二、2008年中国最受欢迎的游泳服牌分析

第四节 影响消费者选购泳装的因素调查分析

第七章 2009-2010年中国泳装市场竞争格局透析

第一节 2009-2010年中国泳装行业竞争现状

一、品牌竞争分析

二、泳装业内激烈的价格战分析

第二节 2009-2010年中国泳装市场竞争格局

一、法国泳装与中国产品激烈

二、泳装前十企业竞争力透析

第三节 2009-2010年中国泳装四大生产基地竞争状况透析

第四节 2010-2015年中国泳装行业竞争趋势分析

第八章 2009-2010年世界品牌泳装企业营运状况浅析

第一节 速比涛

第二节 阿瑞娜

第三节 黛安芬

第四节 阿迪达斯

第九章 2009-2010年中国泳装优势企业竞争力及关键性数据分析

第一节 合隆制衣（东莞）有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第二节 安莉芳（中国）服装纺织纺织有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第三节 卓盈丰制衣纺织(中山)有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第四节 佛山市高明汇益纺织实业有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第五节 佛山市顺德区思进制衣有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第六节 佳达制衣（番禺）有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第七节 深圳黛丽斯内衣有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第八节 南京裕源纺织有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第九节 罗定市华天龙制衣厂有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十节 宝生制衣（青岛）有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十章 2010-2015年中国泳装行业发展趋势与前景展望

第一节 2010-2015年中国泳装市场前景展望

第二节 2010-2015年中国泳装行业新趋势探析

一、泳装的流行新趋势

二、09春夏泳装趋势热点分析

第三节 2010-2015年中国泳装行业市场预测分析

一、泳装市场供需分析

二、泳装市场价格走势分析

三、各材料游泳服进出口贸易预测分析

第四节 2010-2015年中国泳装市场盈利预测分析

第十一章 2009-2010年中国泳装行业市场投资环境解析

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

一、扩大内需保增长政策解析

二、中国GDP分析

三、中国汇率调整分析

四、中国CPI指数分析

五、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

第二节 2009-2010年中国泳装市场政策环境分析

一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析

二、出口退税再度调整

三、专业运动服技术规范

四、葫芦岛市工商局积极扶持泳装业发展

第三节 2009-2010年中国泳装市场社会环境分析

一、游泳成为现代流行新时尚

二、消费观念

第十二章 2010-2015年中国泳装行业投资战略研究

第一节 2010-2015年中国泳装行业投资机会分析

一、投资吸引力分析

二、区域投资潜力分析

三、与产业链相关的投资机会分析

第二节 2010-2015年中国泳装行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、市场运营机制风险

第三节 专家投资建议

图表目录：

图表：2006-2009年中国合纤制针织或钩编男式游泳服出口量统计

图表：2006-2009年中国合纤制针织或钩编男式游泳服出口金额统计

图表：2006-2009年中国合纤制针织或钩编男式游泳服出口量统计

图表：2006-2009年中国合纤制针织或钩编男式游泳服出口金额统计

图表：2006-2009年中国合纤制针织或钩编男式游泳服进出口价格分析

图表：2006-2009年中国合纤制针织或钩编女式游泳服出口量统计

图表：2006-2009年中国合纤制针织或钩编女式游泳服出口金额统计

图表：2006-2009年中国合纤制针织或钩编女式游泳服出口量统计

图表：2006-2009年中国合纤制针织或钩编女式游泳服出口金额统计

图表：2006-2009年中国合纤制针织或钩编女式游泳服进出口价格分析

图表：2006-2009年中国棉制针织或钩编男式游泳服出口量统计

图表：2006-2009年中国棉制针织或钩编男式游泳服出口金额统计

图表：2006-2009年中国棉制针织或钩编男式游泳服出口量统计

图表：2006-2009年中国棉制针织或钩编男式游泳服出口金额统计

图表：2006-2009年中国棉制针织或钩编男式游泳服进出口价格分析

图表：2006-2009年中国棉制针织或钩编女游泳服出口量统计

图表：2006-2009年中国棉制针织或钩编女游泳服出口金额统计

图表：2006-2009年中国棉制针织或钩编女游泳服出口量统计

图表：2006-2009年中国棉制针织或钩编女游泳服出口金额统计

图表：2006-2009年中国棉制针织或钩编女游泳服进出口价格分析

图表：2006-2009年中国化学纤维制男式游泳服出口量统计

图表：2006-2009年中国化学纤维制男式游泳服出口金额统计

图表：2006-2009年中国化学纤维制男式游泳服出口量统计

图表：2006-2009年中国化学纤维制男式游泳服出口金额统计

图表：2006-2009年中国化学纤维制男式游泳服进出口价格分析

图表：2006-2009年中国化学纤维制女式游泳服出口量统计

图表：2006-2009年中国化学纤维制女式游泳服出口金额统计

图表：2006-2009年中国化学纤维制女式游泳服出口量统计

图表：2006-2009年中国化学纤维制女式游泳服出口金额统计

图表：2006-2009年中国化学纤维制女式游泳服进出口价格分析

图表：2009-2010年中国游泳服消费者性别对比分析

图表：2009-2010年中国游泳服消费者年龄结构分析

图表：2009-2010年中国游泳服消费者职业分布

图表：游泳服消费者购买频次调查

图表：消费者对游泳服价格认同情况调查

图表：消费者购买渠道情况调查

图表：消费者对泳装的款式调查分析

图表：消费者对已购买的泳装满意度调查分析

图表：消费者对各国游泳服品牌偏好调查

图表：2008年中国最受欢迎的游泳服牌分析

图表：影响消费者选购泳装的因素调查分析

图表：合隆制衣（东莞）有限公司销售收入情况

图表：合隆制衣（东莞）有限公司盈利指标情况

图表：合隆制衣（东莞）有限公司盈利能力情况

图表：合隆制衣（东莞）有限公司资产运行指标状况

图表：合隆制衣（东莞）有限公司资产负债能力指标分析

图表：合隆制衣（东莞）有限公司成本费用构成情况

图表：安莉芳（中国）服装有限公司销售收入情况

图表：安莉芳（中国）服装有限公司盈利指标情况

图表：安莉芳（中国）服装有限公司盈利能力情况

图表：安莉芳（中国）服装有限公司资产运行指标状况

图表：安莉芳（中国）服装有限公司资产负债能力指标分析

图表：安莉芳（中国）服装有限公司成本费用构成情况

图表：卓盈丰制衣纺织(中山)有限公司销售收入情况

图表：卓盈丰制衣纺织(中山)有限公司盈利指标情况

图表：卓盈丰制衣纺织(中山)有限公司盈利能力情况

图表：卓盈丰制衣纺织(中山)有限公司资产运行指标状况

图表：卓盈丰制衣纺织(中山)有限公司资产负债能力指标分析

图表：卓盈丰制衣纺织(中山)有限公司成本费用构成情况

图表：佛山市高明汇益纺织实业有限公司销售收入情况

图表：佛山市高明汇益纺织实业有限公司盈利指标情况

图表：佛山市高明汇益纺织实业有限公司盈利能力情况

图表：佛山市高明汇益纺织实业有限公司资产运行指标状况

图表：佛山市高明汇益纺织实业有限公司资产负债能力指标分析

图表：佛山市高明汇益纺织实业有限公司成本费用构成情况

图表：佛山市顺德区思进制衣有限公司销售收入情况

图表：佛山市顺德区思进制衣有限公司盈利指标情况

图表：佛山市顺德区思进制衣有限公司盈利能力情况

图表：佛山市顺德区思进制衣有限公司资产运行指标状况

图表：佛山市顺德区思进制衣有限公司资产负债能力指标分析

图表：佛山市顺德区思进制衣有限公司成本费用构成情况

图表：佳达制衣（番禺）有限公司销售收入情况

图表：佳达制衣（番禺）有限公司盈利指标情况

图表：佳达制衣（番禺）有限公司盈利能力情况

图表：佳达制衣（番禺）有限公司资产运行指标状况

图表：佳达制衣（番禺）有限公司资产负债能力指标分析

图表：佳达制衣（番禺）有限公司成本费用构成情况

图表：深圳黛丽斯内衣有限公司销售收入情况

图表：深圳黛丽斯内衣有限公司盈利指标情况

图表：深圳黛丽斯内衣有限公司盈利能力情况

图表：深圳黛丽斯内衣有限公司资产运行指标状况

图表：深圳黛丽斯内衣有限公司资产负债能力指标分析

图表：深圳黛丽斯内衣有限公司成本费用构成情况

图表：南京裕源纺织有限公司销售收入情况

图表：南京裕源纺织有限公司盈利指标情况

图表：南京裕源纺织有限公司盈利能力情况

图表：南京裕源纺织有限公司资产运行指标状况

图表：南京裕源纺织有限公司资产负债能力指标分析

图表：南京裕源纺织有限公司成本费用构成情况

图表：罗定市华天龙制衣厂有限公司销售收入情况

图表：罗定市华天龙制衣厂有限公司盈利指标情况

图表：罗定市华天龙制衣厂有限公司盈利能力情况

图表：罗定市华天龙制衣厂有限公司资产运行指标状况

图表：罗定市华天龙制衣厂有限公司资产负债能力指标分析

图表：罗定市华天龙制衣厂有限公司成本费用构成情况

图表：宝生制衣（青岛）有限公司销售收入情况

图表：宝生制衣（青岛）有限公司盈利指标情况

图表：宝生制衣（青岛）有限公司盈利能力情况

图表：宝生制衣（青岛）有限公司资产运行指标状况

图表：宝生制衣（青岛）有限公司资产负债能力指标分析

图表：宝生制衣（青岛）有限公司成本费用构成情况

图表：2010-2015年中国泳装行业消费量预测

图表：2010-2015年中国泳装行业市场前景预测

图表：2010-2015年中国泳装行业市场价格走势预测

图表：2010-2015年中国泳装行业发展前景预测

图表：略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/145017.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法

- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究

报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。