

2009-2012年中国防盗报警 系统行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告

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

《2009-2012年中国防盗报警系统行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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/200908/24327.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

防盗报警与电视监控、巡更管理、消防报警等共同组成公共安全防范报警系统，2009-2012年，产品技术将在数字化、无线化、集成化核心前提下力求突破。整个防盗报警系统在向多功能、大容量、智能化发展，越来越成为一套完整的集安全防范、自动化控制等为一体的综合管理系统体系，并且互联网技术、多媒体技术将更加广泛的应用到防盗报警系统中。在应用市场上，2009-2012年防盗报警系统将朝更细化的方向前进：针对不同市场，推出不同产品。为适应加入技术性贸易壁垒协议的需要，目前防盗报警产品均需通过3C认证。而对众多厂家2009年推出的新产品进行观察，不难发现防盗报警产品的技术发展趋势：更稳定/可靠：如探测器需可抗RFI(射频干扰)/EMI(电磁干扰)、防雷电等，以适应恶劣气候；更多样的功能：如探测器可调频、防遮挡、防喷盖、防破坏等；更精美、小巧的外观：以符合品味日益提高的室内装潢需求；更智能化的设计：方便地设/撤防，人性化的操作界面；更强大的联网功能；更方便的扩展性。

2009-2012年，防盗报警系统产品销售网络由主要集中在沿海和省会城市，向内地、二三级市和边远地区延伸，尤其是东北地区、西南地区市场的潜力还有待挖掘。那时，专业市场、半专业市场、超市可能成为又一热门的销售渠道，且直销网络逐步与代理、分销并驾齐驱。2009-2012年，防盗报警系统市场需求趋于多样化，用户对高技术产品的需求量越来越大，需要提供更多种类的防盗报警产品以满足不同用户的需求。居民住宅小区以及新近发展起来的智能住宅小区将成为防盗报警设施安装的重点，并逐渐超越银行、政府机构、博物馆等成为防盗报警系统的主要应用领域。到时，价格适中的智能化主动防盗报警系统需求增加，并对低双误率(误报、漏报率)的产品要求提高。2009-2012年，防盗报警系统服务发展趋势是：建立自己公司与用户的防盗报警联网紧急报警中心，并与公安部门联网，提供紧急反应；采用租赁制方式建立防盗报警工程，以降低用户投入经费，争取市场；通过寻呼机和电话等建立个人报警系统，以便随时随地了解设防处的安全状况；发展报警运营服务及咨询、评估、认证等中介服务，延伸行业发展的“短腿”。

防盗报警系统产品经过多年的发展，虽无视频监控市场份额的迅速膨胀和门禁系统使用的急剧增长，但并没有削弱其在安防系统中的主角地位，其的一点小改动，也可有大作为。厂家在经过长时间技术的积淀，应顺应整个安防行业发展的大方向，开发出更多适合市场需求的产品。而随着行业细分进程的加快，各厂家也应适应这个方向适时地开发出适合行业细分的产品，朝大众化市场挺进。

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、

工业和信息化部、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、中国安全防范产品行业协会、国内外相关刊物的基础信息以及各产业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国防盗报警系统行业发展现状、细分市场、竞争格局、投资前景等进行了分析，重点对防盗报警系统营销策略和营销渠道等方面进行了深入探讨，并且还详细分析了防盗报警系统行业的发展趋势、投资风险及策略，是防盗报警系统企业、研究单位、销售企业以及相关企业和单位、计划投资于防盗报警系统行业的企业等准确了解目前中国防盗报警系统市场发展动态，把握行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 防盗报警系统行业发展概述 1

第一节 监控系统的相关概述 1

一、防盗报警系统定义 1

二、安防监控系统的组成 2

三、防盗报警系统介绍 4

四、防盗报警系统应用结构框架 8

第二节 防盗报警产品概述 9

一、防盗报警产品介绍 9

二、防盗报警产品的分类 10

三、我国防盗报警市场发展历程 12

第二章 全球防盗报警系统行业发展分析 14

第一节 世界防盗报警系统行业发展分析 14

一、2008-2009年全球防盗报警系统发展现状分析 14

二、2008-2009年全球防盗报警系统产品发展分析 16

三、2008-2009年全球防盗报警系统发展特点分析 18

第二节 全球主要国家防盗报警系统市场分析 23

一、2008-2009年美国防盗报警系统市场分析 23

二、2008-2009年英国防盗报警系统市场分析 36

三、2008-2009年日本防盗报警系统市场分析 45

四、2008-2009年以色列防盗报警系统市场分析 49

五、2008-2009年俄罗斯防盗报警系统市场分析	55
第三章 我国防盗报警系统行业发展分析	60
第一节 2008-2009年中国防盗报警系统运营服务市场发展	60
一、我国防盗报警系统运营服务业发展历程	60
二、我国防盗报警系统运营服务市场需求状况	64
三、我国防盗报警系统运营服务企业发展现状	68
四、防盗报警系统运营服务企业发展特点	69
第二节 2008-2009年中国防盗报警系统行业发展状况	73
一、2008年防盗报警系统市场发展现状	73
二、2008年防盗报警系统发展状况	74
三、2009年防盗报警系统供应商布局情况	75
四、2009年防盗报警系统供应商面临的机遇和挑战	80
第三节 2009年防盗报警系统行业发展情况分析	91
一、2009年GPS防盗器市场发展现状	91
二、2009年防盗报警系统产品市场问题分析	94
三、防盗报警系统市场发展和趋势	95
四、2009年防盗报警系统需加强产品和渠道创新	101
第四章 我国防盗报警系统行业发展分析	105
第一节 2009年中国防盗报警系统市场供需状况	105
一、防盗报警系统服务业的创新变革	105
二、防盗报警系统服务企业存在的问题	107
第二节 2009年中国防盗报警系统市场的发展状况	109
一、防盗报警系统行业亟待更新换代	109
二、大亚科技介入无线报警业的原因	111
三、防盗报警系统发展前景	112
第三节 中国智能化报警系统的发展情况	114
一、探测元的结构的改进	115
二、探测技术的组合	116
三、探测器的智能化	117
四、探测系统的智能化	118
五、新的探测原理和探测技术的研究	118
第四节 防盗报警系统服务业监督管理机制研究	119

一、防盗报警系统服务业的基本情况	119
二、防盗报警系统管理现状及存在的问题	120
三、公安机关安防管理工作的重心转移	121
四、公安机关该对报警服务业进行适度的监管	122
第五章 防盗报警系统产业技术分析	127
第一节 防盗报警系统技术分析	127
一、防盗报警系统技术发展过程	127
二、智能无线防盗报警器的设计	128
三、防盗与防火相结合的技术交融	134
四、降低防盗报警系统的误、漏报率技术	139
第二节 我国防盗报警领域产品的技术发展	143
一、入侵探测器的技术发展情况	143
二、报警主机的技术发展情况	144
三、周界防范系统的技术发展情况	145
四、防盗报警系统联网功能的发展情况	147
第三节 防盗报警系统解决方案分析	148
一、智能楼宇防盗报警系统解决方案	148
二、室内防盗报警系统解决方案	151
三、大型工厂安防监控防盗报警系统设计方案	152
第六章 2008-2009年防盗报警系统产品市场及供需状况	157
第一节 防盗报警系统产品市场规模与结构	157
一、市场规模	157
二、产品市场结构	157
三、品牌市场结构	158
四、产品分析	158
五、价格分析	159
六、渠道分析	159
第二节 防盗报警系统市场供需分析	159
一、需求分析	159
二、供给分析	160
第三节 防盗报警系统产品市场发展因素	160
一、社会因素	160

二、政策因素 161

第七章 2008-2009年中国家居防盗报警系统产业运行走势分析 162

第一节 2008-2009年中国家居防盗报警系统产业发展概况 162

一、家庭安防报警系统各设备的主要作用 162

二、家庭联网防盗报警系统介绍 163

三、简易家用报警设备的发展情况 166

第二节 技防与实体防护相结合新型家用防盗系统 167

一、家庭安防技术上存在的主要问题 167

二、解决家庭窗户防盗存在的问题 168

三、解决家庭防盗门存在的问题 169

第三节 2008-2009年家居防盗报警系统发展前景 170

一、家居安防防盗报警监控门禁系统市场前景 170

二、现代家装新智能防盗报警器市场分析 171

三、家庭安防报警产品分析与展望 173

第八章 2008-2009年中国车辆防盗报警系统产业运行态势分析 176

第一节 汽车防盗报警系统的发展情况 176

一、汽车防盗器的定义和种类 176

二、汽车电子防盗系统的应用 177

三、汽车电子防盗系统的发展特点 178

四、中国汽车电子防盗系统市场发展预测 179

第二节 2008-2009年车辆防盗报警系统产业分析 180

一、中国汽车防盗器市场的发展现状 180

二、汽车防盗系统的发展情况 184

三、汽车全方位电子防盗技术发展趋势 185

四、2009年汽车防盗报警系统发展方向 186

第二部分 行业竞争格局

第九章 防盗报警系统行业竞争格局分析 189

第一节 防盗报警系统行业的竞争格局分析 189

一、地域竞争格局 189

二、品牌竞争格局 191

三、安防企业并购、上市情况 192

第二节 2008-2009年防盗报警系统行业竞争现状 194

一、2008年防盗报警系统品牌排名	194
二、2008-2009年防盗报警系统行业整合竞争情况	196
三、2009年防盗报警系统竞争现状	201
第三节 2008-2009年防盗报警系统行业竞争力	202
一、防盗报警系统品牌竞争力分析	202
二、防盗报警系统集成商竞争力分析	203
三、防盗报警系统与对讲的竞争趋势	206
第十章 防盗报警系统企业竞争策略分析	210
第一节 领先者市场竞争策略	210
一、维护高质量形象	210
二、扩大市场需求总量	210
三、保护市场份额	211
四、扩大市场份额	211
第二节 挑战者市场竞争策略	212
一、正面进攻	212
二、侧翼攻击	212
三、包围进攻	212
四、迂回攻击	213
五、游击战	213
第三节 防盗报警系统企业竞争策略分析	213
一、防盗报警系统产品同质化竞争的突破策略	213
二、防盗报警系统营销的降价策略	217
三、防盗报警系统网络营销策略	222
第四节 防盗报警系统经销商在渠道扁平时代的竞争策略	227
一、国外产品经销商分析	227
二、国内品牌产品经销商	229
三、以项目为主的经销商	230
四、以批发为主的经销商	231
第十一章 国外防盗报警系统品牌竞争分析	233
第一节 美国通用	233
一、企业概况	233
二、2009年公司动态	234

第二节 美国霍尼韦尔 235

一、企业概况 235

二、霍尼韦尔面临挑战 237

三、2009年企业动态 238

第三节 日本艾礼富 239

第四节 韩国INNOSYSECHO（雅高） 241

第五节 德国博世 242

一、企业概况 242

二、2009年企业动态 243

第六节 德国多玛 245

第十二章 国内防盗报警系统企业竞争分析 247

第一节 浙江大华技术股份有限公司 247

一、企业概况 247

二、2008-2009年企业经营状况 249

三、2009年企业动态 255

第二节 同方股份有限公司 256

一、企业概况 256

二、2008-2009年企业经营状况 257

三、2009年企业动态 266

第三节 深圳市同洲电子股份有限公司 267

一、企业概况 267

二、2008-2009年企业经营状况 269

三、2009年企业动态 274

第四节 博世（珠海）安保系统有限公司 276

一、企业概况 276

二、2008-2009年企业经营状况 277

三、2009年企业动态 278

第五节 安防制造（中国）有限公司 278

一、企业概况 278

二、企业品牌分析 279

三、2009年企业动态 286

第六节 豪恩电子科技股份有限公司 287

一、企业概况 287

二、2009年企业动态 288

第七节 深圳市美安科技有限公司 289

一、企业概况 289

二、2009年企业动态 290

第八节 中山市达华智能科技有限公司 291

一、企业概况 291

二、2009年企业动态 292

第九节 深圳市夜狼安防高新技术有限公司 294

一、企业概况 294

二、2009年企业动态 295

第十节 康联电子有限公司 296

一、企业概况 296

二、康联产品销售要点 297

第三部分 行业发展预测

第十三章 防盗报警系统行业发展趋势分析 301

第一节 2009年我国报警运营服务业环境发展趋势 301

一、社会环境发展趋势 301

二、经济环境发展趋势 302

三、法律政策环境发展趋势 303

四、技术发展趋势 305

五、企业实力及服务能力的发展趋势 305

第二节 2009年防盗报警系统行业发展趋势 307

一、技术整合加速趋势 307

二、产业集中化与产品标准化趋势 308

三、商业模式变革预测 309

四、开放、合作呼声渐高 309

第三节 2009-2012年安防行业发展趋势 310

一、2009年“新农村建设”安防市场新趋势 310

二、2009年安防市场发展趋势 311

三、2012年中国安防业营业收入预测 312

第十四章 未来防盗报警系统行业发展预测 314

第一节 2009-2012年报警产品市场趋势预测 314

一、产品发展趋势 314

二、渠道发展趋势 314

三、用户需求趋势 314

四、服务发展趋势 315

第二节 2009-2012年防盗报警产品发展趋势 315

一、产品与技术发展趋势 316

二、凸显人性化需求趋势 317

三、周界防范趋势 318

四、集成与应用趋势 320

五、多种报警联网方式并存趋势 322

第四部分 行业投资战略研究

第十五章 防盗报警系统行业投资环境分析 325

第一节 经济发展环境分析 325

一、2009年上半年宏观经济发展分析 325

二、2009-2010年中国宏观经济趋势预测 339

三、2009-2010年投资趋势及其影响预测 342

第二节 政策法规环境分析 345

一、公安机关与金融单位联网报警管理规定 345

二、2009年防盗报警新版CCC规则出台 347

第三节 社会发展环境分析 350

一、2008-2009年上半年居民消费价格分类指数分析 350

二、2009年上半年全国居民收入情况分析 359

三、2009年上半年全国社会消费品零售总额 359

四、2009年上半年全国居民消费价格分析 359

五、2009年上半年全国城镇投资情况 360

第四节 电子信息产业振兴规划 375

一、电子产业振兴规划概述 375

二、电子信息产业振兴规划细则 378

三、电子信息产业振兴规划三大任务 385

四、电子信息产业振兴规划六大工程 387

五、电子信息产业振兴规划十项措施 388

六、电子信息产业振兴规划的意义与作用	389
第十六章 防盗报警系统行业投资机会与风险	392
第一节 2009年全球趋势带来防盗报警系统新机遇	392
一、在艰难时代犯罪率上升	392
二、新兴市场的将继续增长	392
三、全球化缩小了这个世界	393
四、IT整合驱动系统集成	393
五、创新的、高成本效率的应用和管理服务	394
第二节 防盗报警系统行业投资机会分析	395
一、中国4万亿投资对防盗报警产业的影响	395
二、平安城市建设给防盗报警系统带来的商机	397
三、视频监控中的行为识别迎来发展机遇	401
四、商场电子防盗系统解决方案市场新商机	403
第十七章 防盗报警系统行业投资战略研究	406
第一节 防盗报警系统行业发展战略研究	406
一、技术开发战略	406
二、产业战略规划	409
三、业务组合战略	411
四、营销战略规划	414
五、区域战略规划	416
六、企业信息化战略规划	425
第二节 对我国防盗报警系统品牌的战略思考	427
一、单一品牌战略和多品牌战略	427
二、多品牌战略的优势	428
三、实施多品牌战略的方法	428
四、注意品牌关联性	430
第三节 2009-2012年我国防盗报警系统企业发展策略	431
一、坚守核心主业	431
二、构建优质渠道	431
三、整合优质资源	432
四、提升经营能力	432
图表目录：	

图表：1996-2007年美国安防行业收入情况 24

图表：2010-2017年美国电子安全需求预测 25

图表：2004-2008年美国安全设备市场规模 25

图表：2007年美国电子安全市场预计价值 26

图表：2006-2007年美国经销商和集成商对视频监控市场的看法 27

图表：1998-2007年美国视频监控占总收入的百分比 27

图表：美国安防经销商和集成商产品开支情况 28

图表：1999-2007年美国出入口控制系统安装年度平均数量（单个经销商） 29

图表：美国出入口控制用户比例情况 29

图表：2002-2009年美国生物识别门禁系统市场价值 30

图表：1997-2007年美国各类出入口控制系统的收益与年增长率 31

图表：2002-2007年智能标签市场收益与年增长率 32

图表：2006-2010年美国电子安全、报警和中心站监控市场价值 33

图表：2006-2011年美国周界安全市场价值 34

图表：2002-2017年美国私人安全服务收益及增长情况 35

图表：2002-2007年日本安防产品行业市场规模 45

图表：2003-2007年日本保安行业各年总产值 46

图表：2007年日本报警服务业在安防产品业及保安业中所占比例 46

图表：2003-2007年日本报警服务公司数量变化 47

图表：2003-2007年日本报警服务公司的基地局及服务对象设施情况 47

图表：2007年日本每家报警服务公司拥有的基地局及报警服务对象设施数字 48

图表：2003-2007年日本报警服务公司快速反应系统的装备 49

图表：2004-2008年俄罗斯安防技术市场增长趋势 56

图表：俄罗斯安防行业市场比例 56

图表：防盗报警产品竞争的突破策略 75

图表：防盗报警产品进入报警中心的门槛 76

图表：应用端选购防盗报警产品时的考虑因素 78

图表：当前在实际工程中应用较多的入侵探测器类型 79

图表：红外入侵探测器工程中被考虑最多的功能 79

图表：2008年安防产品不同区域的平均销售额增长情况 80

图表：2008年安防产品不同区域的平均利润增长情况 80

图表：2008年安防产品不同区域的毛利率增长情况 81

图表：2008年全球安防50强销售额增长率前十名 81

图表：2008年全球安防50强区域分布情况 82

图表：2008年全球安防50强新上榜者 83

图表：2008年全球安防50强产品类别分布情况 85

图表：2008年安防产品不同产品类别的平均销售额增长情况 86

图表：2008年安防产品不同产品类别的平均利润额增长情况 86

图表：2008年安防产品不同产品类别的毛利率增长情况 86

图表：视频监控方式的转变 96

图表：系统硬件电路总体结构 129

图表：中央控制器电路图 129

图表：DTMF收发电路 130

图表：语音电路 131

图表：电话接口电路 131

图表：主程序流程 132

图表：电话报警流程 133

图表：远程控制子程序流程 134

图表：室内防盗报警系统示意图 152

图表：安防行业形成三大产业集群地 189

图表：浙江大华技术股份有限公司国内销售网络 248

图表：浙江大华技术股份有限公司全球销售网络 248

图表：2008年浙江大华技术股份有限公司主营收入季度分布图 249

图表：2008年浙江大华技术股份有限公司利润总额构成 249

图表：2009年2季度浙江大华技术股份有限公司主营业务构成 250

图表：2008-2009年2季度浙江大华技术股份有限公司主营构成表 250

图表：2008-2009年2季度浙江大华技术股份有限公司每股指标 251

图表：2008-2009年2季度浙江大华技术股份有限公司获利能力表 251

图表：2008-2009年2季度浙江大华技术股份有限公司经营能力表 252

图表：2008-2009年2季度浙江大华技术股份有限公司偿债能力表 252

图表：2008-2009年2季度浙江大华技术股份有限公司资本结构表 252

图表：2008-2009年2季度浙江大华技术股份有限公司发展能力表 252

图表：2008-2009年2季度浙江大华技术股份有限公司现金流量分析表 253

图表：2008-2009年2季度浙江大华技术股份有限公司利润分配表 253

图表：2008年同方股份有限公司主营收入季度分布图 257

图表：2008年同方股份有限公司利润总额构成 258

图表：2009年2季度同方股份有限公司主营业务构成 258

图表：2008-2009年2季度同方股份有限公司主营构成表 259

图表：2008-2009年2季度同方股份有限公司每股指标 260

图表：2008-2009年2季度同方股份有限公司获利能力表 260

图表：2008-2009年2季度同方股份有限公司经营能力表 260

图表：2008-2009年2季度同方股份有限公司偿债能力表 260

图表：2008-2009年2季度同方股份有限公司资本结构表 261

图表：2008-2009年2季度同方股份有限公司发展能力表 261

图表：2008-2009年2季度同方股份有限公司现金流量分析表 261

图表：2008-2009年2季度同方股份有限公司利润分配表 262

图表：2009年1季度同方股份有限公司主要财务指标 263

图表：2009年上半年同方股份有限公司经营收入构成情况 263

图表：2009年上半年同方股份有限公司业务收入状况 263

图表：2009年上半年同方股份有限公司营业利润情况 264

图表：2009-2011年同方股份有限公司经营预测 264

图表：2009-2011年同方股份有限公司营业预测 264

图表：2009-2011年同方股份有限公司财务预测 265

图表：2009-2011年同方股份有限公司利润率预测 265

图表：2008年深圳市同洲电子股份有限公司主营业务季度分布图 270

图表：2008年深圳市同洲电子股份有限公司利润总额构成 270

图表：2008-2009年2季度深圳市同洲电子股份有限公司主营构成表 271

图表：2008-2009年2季度深圳市同洲电子股份有限公司每股指标 271

图表：2008-2009年2季度深圳市同洲电子股份有限公司获利能力表 272

图表：2008-2009年2季度深圳市同洲电子股份有限公司经营能力表 272

图表：2008-2009年2季度深圳市同洲电子股份有限公司偿债能力表 272

图表：2008-2009年2季度深圳市同洲电子股份有限公司资本结构表 272

图表：2008-2009年2季度深圳市同洲电子股份有限公司发展能力表 273

图表：2008-2009年2季度深圳市同洲电子股份有限公司现金流量分析表 273

图表：2008-2009年2季度深圳市同洲电子股份有限公司利润分配表 273

图表：2009-2010年深圳市同洲电子股份有限公司营业预测 274

图表：2008-2009年5月CPI、PPI涨幅走势图 325

图表：2008-2009年5月全国70大中城市房价涨幅走势图 325

图表：2008-2009年5月进出口总值 326

图表：2009年上半年GDP累计增速 326

图表：2009年6月CPI增速情况 326

图表：2009年上半年货币供应量情况 327

图表：2009年上半年投资、消费及出口增长情况 327

图表：2009年上半年工业增加值增速情况 327

图表：2009年上半年经济数据分析 328

图表：2009年上半年宏观经济价格指数 331

图表：2009年上半年宏观经济增长指标 331

图表：2009年上半年宏观经济外贸指标 331

图表：2009年上半年宏观经济金融指标 331

图表：1995-2009年6月我国CPI走势图 332

图表：1995-2009年6月我国PPI走势图 332

图表：1991-2009年上半年GDP增长趋势 332

图表：2008-2009年6月CPI&PPI走势图 333

图表：2008-2009年上半年银行新增信贷走势 333

图表：2008-2009年上半年我国进出口增幅走势图 334

图表：2008-2009年上半年外储余额走势图 334

图表：2008-2009年上半年FDI趋势图 335

图表：2008-2009年上半年工业增加值增幅走势 335

图表：2008-2009年上半年我国主要税种同比增幅 336

图表：2008-2009年7月我国财政收入同比、环比增长速度走势图 336

图表：2008-2009年7月进出口总值 337

图表：2008-2009年7月CPI、PPI涨幅走势图 337

图表：2009年7月工业增加值增幅走势 338

图表：2008-2009年7月房价走势图 338

图表：2008-2009年7月银行新增信贷走势 338

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析 350

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析 350

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析 351

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析 351

图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析 352

图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析 352

图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析 353

图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析 353

图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析 354

图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析 354

图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析 355

图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析 355

图表：2009年1月居民消费价格分类指数分析 356

图表：2009年2月居民消费价格分类指数分析 356

图表：2009年3月居民消费价格分类指数分析 357

图表：2009年4月居民消费价格分类指数分析 357

图表：2009年5月居民消费价格分类指数分析 358

图表：2009年6月居民消费价格分类指数分析 358

图表：2009年1-2月城镇固定资产投资情况 360

图表：2009年1-3月城镇固定资产投资情况 361

图表：2009年1-4月城镇固定资产投资情况 362

图表：2009年1-5月城镇固定资产投资情况 363

图表：2009年1-6月城镇固定资产投资情况 364

图表：2009年1-2月各行业城镇投资情况 365

图表：2009年1-3月各行业城镇投资情况 366

图表：2009年1-4月各行业城镇投资情况 367

图表：2009年1-5月各行业城镇投资情况 368

图表：2009年1-6月各行业城镇投资情况 369

图表：2009年1-2月各地区城镇投资情况 370

图表：2009年1-3月各地区城镇投资情况 371

图表：2009年1-4月各地区城镇投资情况 372

图表：2009年1-5月各地区城镇投资情况 373

图表：2009年1-6月各地区城镇投资情况 374

图表：区域发展战略咨询流程图 422

图表：区域SWOT战略分析图 424

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200908/24327.html>