

2009-2012年中国音像制品 行业投资分析及深度研究咨询报告

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年中国音像制品行业投资分析及深度研究咨询报告》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/200907/21922.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

2008年，迅速扩大的数字音乐市场，正在成为电信运营商利润增长的新来源。与此同时，中国电信携手八大唱片厂商发布“爱音乐”数字音乐服务，强势进军这一市场。此前，中国移动和中国联通已率先杀入数字音乐市场。至此，在短短不到两年的时间内，中国移动、中国联通和中国电信这三家国内最大的电信运营商都先后甩开了SP，和众多唱片公司直接合作。运营商主导数字音乐产业链已成了一股不可阻挡的潮流。近3年多来，音像业遭遇到了前所未有的困难，正版音像制品销售额和发行量持续下滑，但这并不表明市场没有需求，而是有限的市场空间被仿真版、假正版和非法网络下载等占领了。同时，文化消费也进入了多元化、个性化、选择性、差异性时代，分流了传统音像制品的消费者。在未来10年间，传统发行与数字发行将并存，音像业将向集约化、规模化、品牌化方向发展。

近年来中国电影逐渐走上了商业化、娱乐化的大众路线，随后发行的电影VCD、DVD等一系列音像产品随着影片的大受欢迎而成为音像制品的领头军。同时音像制品市场还出现了一些关于健身塑体、瑜伽练习、婴幼儿教育、商业讲座、文化论坛等一系列科普知识类音像制品。经过多年的努力，中国音像制品正朝着以规模扩张、结构调整、市场整合为主要特征并以民营音像企业为主导的方向发展。随着计算机互联网的快速普及，更多人倾向于从互联网上下载喜爱的节目。音像制品国内市场的传统销售业务开始急剧下滑，市场形势不容乐观。广东、北京、上海三个国家级音像批发市场的音像制品发行数额都出现较大幅度的下降。而市场竞争无序和严重的盗版问题仍旧是市场发展的症结，仍将在很大程度上阻碍市场规模的扩大。在传统音像业处于低迷状态时，以手机彩铃、手机音乐、付费下载、视频点播等为主要形式的新媒体增值业务则快速发展，成为音像业难得的亮点之一。

旷日持久的美国次贷危机最终转化为严峻的全球性金融危机，国际金融动荡加剧，全球经济开始出现衰退，原油、矿石等资源价格下跌，投资严重不足。金融经济危机已经迅速蔓延成实体经济危机。中国在这样全球性经济萧条的形势下，GDP增速下滑，2008年11月，中国政府宣布，对财政和货币政策进行重大调整，转向积极的财政政策和适度宽松的货币政策，将在能源、交通、社会保障和基础建设等领域投放4万亿元，以拉动内需，抵御外部经济危机，确保我国经济快速、平稳和健康发展。今后一个时期我国经济运行面临新的不确定因素，国民经济的不景气对音像制品行业影响很大，就要求我们站在全球视野的高度、把握好经济发展的周期、剖析国家宏观政策走向，对音像制品行业市场情况具体问题具体分析，认清形势、抓住机遇，合理预测音像制品行业未来走势，制定正确的发展规划、及时调整发展战略、积极开拓新的市场，才能在危机中立于不败之地，在发展中更上一层楼。

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、中国海关总署、国家商务部、国家文化部、中国新闻出版总署、中国音像协会、中国音乐著作权协会、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，对国际音像市场发展概况、国内音像市场发展概况、国内音像制品市场发展现状以及进出口市场、相关法律法规进行了详细介绍和分析。报告深入分析了影响中国音像制品市场发展的主要因素，在此基础上，对市场发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。报告还对市场供需因素、市场竞争格局以及发展趋势、行业发展对策、投资形势及投资战略等多方面进行了深度剖析，揭示音像制品行业的市场发展影响因素，是音像制品制作公司、出版机构、投资机构及相关研究单位极具参考价值的专业性报告。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 音像业的概述 1

第一节 行业相关概念 1

一、音像产业定义 1

二、音像产业产品范围 1

三、音像产业的外延及其所隶属的大行业 1

第二节 音像产业产品与服务 2

一、音像产业主要业态 2

二、音像产业组织形式 3

三、音像产品种类与生产数量 4

第三节 音像产业投资特性分析 7

一、音像产业赢利性 7

二、音像产业成长性 9

三、音像产业风险性 10

四、音像业进入壁垒 11

第四节 音像业现行管理体制分析 12

一、现行管理体制制约音像业的发展 12

二、音像协会在市场管理中的作用 17

三、对音像行业行政管理体制改革的建议 19

第二章 全球音像市场发展分析 21

第一节 全球音像市场发展情况 21

- 一、2008年全球唱片销量情况 21
- 二、国外唱片公司在中国发展的挑战 22
- 三、未来全球CD唱片市场预测 23
- 四、未来几年全球及美国市场传统音像制品消费预测 23

第二节 中西方国家音像行业的定位及比较差异 24

第三节 主要国家音像市场情况 29

- 一、法国 29
- 二、美国 30
- 三、日本 31
- 四、韩国 35

第三章 中国音像制品市场发展分析 43

第一节 音像制品市场的发展情况 43

- 一、音像制品市场的发展现状 43
- 二、我国音像业产业体系情况 45
- 三、中国音像行业面临的困难局面 45
- 四、关于音像行业产业链的分析 47
- 五、2008年音像制品市场新情况 49
- 六、2008年转型中的音像产业市场发展情况 51
- 七、2008年转型期音像业谋求发展新空间 53

第二节 唱片行业发展分析 54

- 一、唱片行业概述及产业分析 54
- 二、唱片市场外的利润增长点分析 59
- 三、2009年中国唱片发展现状分析 61
- 四、唱片公司运作流程与商业模式分析 63
- 五、2008年中国唱片市场分析 67
- 六、国内唱片业存在的问题和解决方式 69
- 七、唱片工业在线化的情况 73

第三节 数字音乐产业的发展 77

- 一、数字音乐对传统唱片工业的影响 77
- 二、数字音乐和网络歌唱行业的发展情况 83

三、数字音乐发展的意义	84
四、数字音乐给音乐产业带来未来的机会	85
五、数字音乐市场发展前景	88
六、未来数字音乐竞争模式	89
七、2009-2013年中国数字音市场预测	90
第四节 音像制品的供需分析	94
一、音像制品市场的需求情况	94
二、音像产品需求影响因素	96
三、音像产品供给的要素	98
四、我国音像产品供给情况	98
第五节 农村音像市场发展分析	101
一、农村音像市场发展情况	101
二、科学规范农村音像市场	102
三、农村音像市场建设和管理的建议	104
第四章 音像制品的区域市场和市场整顿情况	107
第一节 我国音像制品的区域市场发展情况	107
一、内蒙古音像业市场发展情况	107
二、甘肃省音像制品市场发展情况	108
三、广东省音像制品市场发展情况	109
第二节 “恐怖灵异类”音像制品监管情况	110
一、“恐怖灵异类”音像制品的危害	110
二、“恐怖灵异类”音像制品与神话、魔幻音像制品的区别	112
三、“恐怖灵异类”音像制品禁止进入市场	113
四、“恐怖灵异类”音像制品禁售难题	114
五、“恐怖灵异类”音像制品监管建议	115
第三节 2009年我国各地方音像制品市场整顿情况	117
一、2009年北京市音像制品市场整顿情况	117
二、2009年河南省音像制品市场整顿情况	118
三、2009年广东省音像制品市场整顿情况	119
四、2009年广西北海市音像制品市场整顿情况	120
五、2009年江西鹰潭市音像制品市场整顿情况	121
第五章 主要音像制品设备产业发展分析	123

第一节 录放音机和收音机 123

- 一、2008年我国录放音机产量情况 123
- 二、收音机产业和市场的发展情况 127
- 三、2009年收音机市场新情况 132
- 四、到2010年数字卫星收音机发展预测 133

第二节 组合音响 134

- 一、2008/2009年我国组合音响产量情况 134
- 二、2009年6月我国各地组合音响市场价格情况 141
- 三、2008年我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进出口情况 147
- 四、未来组合音响的发展趋势 153

第三节 DVD机和电视机 154

- 一、2009年碟机市场的主流DVD发展状况 154
- 二、蓝光DVD面临发展面临的困局 155
- 三、便携DVD发展机遇 156
- 四、金融危机下DVD市场与电影业发展分析 157
- 五、2008/2009年我国电视机的产量情况 159
- 六、未来中国电视机市场发展趋势 173
- 七、到2013年全球OLED电视机市场预测 173
- 八、2010-2015年我国数字电视机市场发展预测 174

第二部分 行业竞争格局

第六章 中国音像制品行业竞争格局分析 175

第一节 音像制品行业竞争结构分析 175

- 一、行业内现有企业的竞争 175
- 二、新进入者的威胁 176
- 三、替代品的威胁 177
- 四、供应商的讨价还价能力 177
- 五、购买者的讨价还价能力 178

第二节 音像制品行业国际竞争力影响因素分析 178

- 一、生产要素 178
- 二、需求条件 179
- 三、相关和支持性产业 180
- 四、企业的战略、结构和竞争对手 181

第三节 音像业市场竞争格局分析	181
一、全球化背景下中国音像业的竞争格局	181
二、中国音像业企业的竞争	184
三、音像业竞争格局的特点	185
第七章 我国音像制品重点企业分析	188
第一节 中凯文化集团	188
一、集团简介	188
二、中凯精品战略初显成效	189
三、中凯文化发展EVD市场	190
四、中凯文化进行大规模网络反盗维权	192
第二节 俏佳人传媒	193
一、集团介绍	193
二、俏佳人传媒音像的发展历程	193
三、俏佳人传媒海外市场的发展	204
第三节 三辰卡通集团	205
一、集团简介	205
二、企业制作基地介绍	206
三、企业品牌发展分析	209
第四节 音像制品主力经销商发展分析	211
一、广东泰盛文化传播有限公司	211
二、钱柜公司	211
三、山东“爱书人”集团	217
四、江苏中艺音像城	219
五、俏佳人集团公司	223
六、吉神文化传播公司	226
七、华视伟业文化发展有限公司	228
八、丽声公司	228
九、广东飞仕影音有限公司	230
第三部分 行业发展趋势与对策	
第八章 我国音像制品业发展趋势和对策	233
第一节 音像制品业发展趋势	233
一、传统音像业发展趋势	233

二、未来的音像店的发展趋势	235
三、音像产业销售渠道与销售方式的变化趋势	237
四、2010年中国无线音乐市场发展趋势	239
第二节 今后我国音像制品发展策略与出路	239
一、数字	240
二、独立	240
三、演出	241
四、出版	242
五、其它	243
第三节 我国音像业发展的对策	243
一、中国音像走出去的问题与对策	243
二、音像出版社产业化发展意识定位分析	248
三、音像市场“打建并举”	253
四、资源总库助力教育音像数字化	257
五、强强联合专职管理	258
六、风险应降低政策待倾斜	260
七、参与体制改革进军网络领域	260
八、保护知识产权	261
九、多元化战略拓展生存空间	263
十、大力开发原创产品	264
第四节 音像企业发展的策略	266
一、音像企业面对市场的四种策略	266
二、光盘音像企业摆脱恶性循环生存链的策略	267
第四部分 行业投资分析	
第九章 行业投资环境分析	271
第一节 经济环境分析	271
一、2008年我国宏观经济运行情况分析	271
二、2008-2009年我国宏观经济景气指数分析	290
三、2008-2009年我国固定资产投资	296
四、2009年我国宏观经济发展情况分析	302
五、2009年我国经济走势分析	304
六、2009-2012年我国宏观经济形势分析	308

第二节 政策环境分析 310

- 一、出口奖励项目及出口补助项目的通知 310
- 二、进境旅客携带音像制品量规定 311
- 三、我国拟重新修订中国标准音像制品编码标准 312
- 四、2008年音像制品进口管理新规 313
- 五、音像制品管理条例 313

第三节 社会环境分析 327

- 一、2008年我国居民收入增长情况 327
- 二、2009年居民生活水平分析 330
- 三、2009年零售市场情况分析 339

第十章 行业投资机遇与风险分析 342

第一节 音像制品发展的利弊因素 342

- 一、音像制品发展的有利因素 342
- 二、音像制品发展的不利因素 348

第二节 中国音像业的潜在市场 351

- 一、农村市场 352
- 二、海外市场 352

第三节 中国音像制品的问题和危机 353

- 一、当前音像市场面临的主要问题 353
- 二、音像出版社面临的结构性困局 357
- 三、光盘产业的发展的危机 360

第四节 中国音像产业发展的机遇和建议 361

- 一、我国音像产业的机遇 361
- 二、我国音像行业发展的建议 365
- 三、音像游商、地摊和无证照经营场所的存在原因及对策建议 367

第十一章 行业投资战略研究分析 371

第一节 国内唱片业风险投资形势分析 371

第二节 音像制品行业投资战略研究 373

第三节 金融危机下音像制品发展与投资策略分析 374

- 一、对症下药 374
- 二、程序科学 374
- 三、控制成本 375

四、以市场为中心 375

五、讲求效益 375

六、可持续发展 375

七、遵守法律 375

图表目录

图表：中国音像业组织形式 4

图表：音像产品主要形态和内容分类 4

图表：2006-2011年全球及美国音像制品市场消费规模及增长率 24

图表：2009年6月18日-24日韩国音乐销量排行榜 41

图表：四种市场和厂商的基本特征比较 58

图表：唱片行业的产业链 63

图表：唱片行业的另一种产业链 75

图表：2012年全球数字音乐销售收入占音乐销售总收入比重 93

图表：2008年2-12月录放音机产量全国合计 123

图表：2008年2-12月录放音机产量江苏合计 123

图表：2008年2-12月录放音机产量福建合计 124

图表：2008年2-12月录放音机产量广东合计 124

图表：2008年2-12月录放音机产量北京合计 124

图表：2008年2-12月录放音机产量江西合计 125

图表：2008年2-12月录放音机产量广西合计 125

图表：2008年2-12月录放音机产量天津合计 126

图表：2008年2-12月录放音机产量上海合计 126

图表：2008年2-12月录放音机产量山东合计 126

图表：2008年2-12月录放音机产量湖南合计 127

图表：2008年2-12月收音机产量全国合计 127

图表：2008年2-12月收音机产量福建合计 128

图表：2008年2-12月收音机产量广东合计 128

图表：2008年2-12月组合音响产量全国合计 134

图表：2008年2-12月组合音响产量江苏合计 135

图表：2008年2-12月组合音响产量福建合计 135

图表：2008年2-12月组合音响产量广东合计 135

图表：2008年2-12月组合音响产量浙江合计 136

图表：2008年2-12月组合音响产量四川合计	136
图表：2008年2-12月组合音响产量天津合计	137
图表：2008年2-12月组合音响产量上海合计	137
图表：2008年2-12月组合音响产量山东合计	137
图表：2008年2-5月组合音响产量全国合计	138
图表：2008年2-5月组合音响产量江苏合计	138
图表：2008年2-5月组合音响产量福建合计	138
图表：2008年2-5月组合音响产量广东合计	138
图表：2008年2-5月组合音响产量浙江合计	139
图表：2008年2-5月组合音响产量江西合计	139
图表：2008年2-5月组合音响产量四川合计	139
图表：2008年2-5月组合音响产量天津合计	139
图表：2008年2-5月组合音响产量辽宁合计	140
图表：2008年2-5月组合音响产量上海合计	140
图表：2008年2-5月组合音响产量山东合计	140
图表：2009年6月5日我国各地组合音响市场价格	141
图表：2009年6月18日我国各地组合音响市场价格	143
图表：2009年6月22日我国各地组合音响市场价格	145
图表：2008年1月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进口情况	147
图表：2008年2月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进口情况	147
图表：2008年3月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进口情况	147
图表：2008年1季度我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进口情况	148
图表：2008年4月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进口情况	148
图表：2008年5月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进口情况	148
图表：2008年6月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进口情况	148
图表：2008年2季度我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进口情况	148
图表：2008年7月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进口情况	148
图表：2008年8月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进口情况	149
图表：2008年9月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进口情况	149
图表：2008年3季度我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进口情况	149
图表：2008年10月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进口情况	149
图表：2008年11月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进口情况	149

图表：2008年12月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进口情况 149

图表：2008年4季度我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进口情况 150

图表：2008年1-12月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进口情况 150

图表：2008年1月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备出口情况 150

图表：2008年2月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备出口情况 150

图表：2008年3月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备出口情况 150

图表：2008年1季度我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备出口情况 151

图表：2008年4月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备出口情况 151

图表：2008年5月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备出口情况 151

图表：2008年6月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备出口情况 151

图表：2008年2季度我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备出口情况 151

图表：2008年7月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备出口情况 151

图表：2008年8月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备出口情况 152

图表：2008年9月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备出口情况 152

图表：2008年3季度我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备出口情况 152

图表：2008年10月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备出口情况 152

图表：2008年11月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备出口情况 152

图表：2008年12月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备出口情况 152

图表：2008年4季度我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备出口情况 153

图表：2008年1-12月我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备出口情况 153

图表：2008年2-12月彩色电视机产量全国合计 159

图表：2008年2-12月彩色电视机产量吉林合计 159

图表：2008年2-12月彩色电视机产量江苏合计 160

图表：2008年2-12月彩色电视机产量福建合计 160

图表：2008年2-12月彩色电视机产量河南合计 160

图表：2008年2-12月彩色电视机产量广东合计 161

图表：2008年2-12月彩色电视机产量重庆合计 161

图表：2008年2-12月彩色电视机产量新疆合计 162

图表：2008年2-12月彩色电视机产量黑龙江合计 162

图表：2008年2-12月彩色电视机产量浙江合计 162

图表：2008年2-12月彩色电视机产量江西合计 163

图表：2008年2-12月彩色电视机产量四川合计 163

图表：2008年2-12月彩色电视机产量天津合计 164
图表：2008年2-12月彩色电视机产量辽宁合计 164
图表：2008年2-12月彩色电视机产量上海合计 164
图表：2008年2-12月彩色电视机产量安徽合计 165
图表：2008年2-12月彩色电视机产量山东合计 165
图表：2008年2-12月彩色电视机产量湖南合计 166
图表：2008年2-12月彩色电视机产量贵州合计 166
图表：2008年2-12月彩色电视机产量内蒙古合计 166

图表：2009年2-5月彩色电视机产量全国合计 167
图表：2009年2-5月彩色电视机产量吉林合计 167
图表：2009年2-5月彩色电视机产量江苏合计 167
图表：2009年2-5月彩色电视机产量福建合计 167
图表：2009年2-5月彩色电视机产量河南合计 168
图表：2009年2-5月彩色电视机产量广东合计 168
图表：2009年2-5月彩色电视机产量重庆合计 168
图表：2009年2-5月彩色电视机产量浙江合计 168
图表：2009年2-5月彩色电视机产量江西合计 169
图表：2009年2-5月彩色电视机产量四川合计 169
图表：2009年2-5月彩色电视机产量天津合计 169
图表：2009年2-5月彩色电视机产量辽宁合计 169
图表：2009年2-5月彩色电视机产量上海合计 169
图表：2009年2-5月彩色电视机产量安徽合计 170
图表：2009年2-5月彩色电视机产量山东合计 170
图表：2009年2-5月彩色电视机产量湖南合计 170
图表：2009年2-5月彩色电视机产量贵州合计 170
图表：2009年2-5月彩色电视机产量内蒙古合计 171

图表：2008年2-12月黑白电视机产量全国合计 171
图表：2008年2-12月黑白电视机产量江苏合计 171
图表：2008年2-12月黑白电视机产量福建合计 172
图表：2008年2-12月黑白电视机产量广东合计 172
图表：2008年2-12月黑白电视机产量浙江合计 172

图表：2007年《蓝猫淘气3000问》系列动画片播出权、家庭录像权、游戏网络权及图书出版

权出口情况 208

图表：钱柜公司基本情况 212

图表：钱柜四项行动架构图 213

图表：钱柜战略布局图 215

图表：2008年1-4季度国内生产总值 272

图表：2004-2008年国内生产总值增长趋势图 272

图表：2000-2008年城镇固定资产投资名义增速及实际增速 273

图表：2006-2008年我国出口累计同比增速对比 273

图表：2008年2-11月我国CPI情况 275

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 275

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 276

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 276

图表：2007年6月-2008年我国轻重工业增加值情况 277

图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 277

图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 277

图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 278

图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 278

图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 278

图表：2008年9月15日金融机构人民币存款利率表 279

图表：2008年9月15日金融机构人民币贷款利率表 280

图表：2008年10月9日金融机构人民币存款利率表 280

图表：2008年10月9日金融机构人民币贷款利率表 281

图表：2008年10月30日金融机构人民币存款利率表 281

图表：2008年10月30日金融机构人民币贷款利率表 282

图表：1996-2008年10月我国期存贷款基准利率走势 282

图表：2008年11月27日金融机构人民币存款利率表 283

图表：2008年11月27日金融机构人民币贷款利率表 283

图表：2008年12月23日金融机构人民币存款利率表 284

图表：2008年12月23日金融机构人民币贷款利率表 285

图表：2008年我国月度进、出口值及增速走势图 286

图表：2008年我国对主要贸易伙伴进出口总值表 286

图表：2008年12月我国进出口总值简要情况表 286

图表：2008年12月我国前十位出口市场 287

图表：2008年12月我国前十位进口来源地 287

图表：2008年12月我国进出口贸易方式情况 288

图表：2008年12月我国进出口企业性质及其总值情况 289

图表：2008年我国月度进出口总值情况 289

图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 290

图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 290

图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 290

图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 290

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 290

图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 291

图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 291

图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 291

图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 291

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 291

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 292

图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 292

图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 292

图表：2008年1季度我国企业景气指数 292

图表：2008年2季度我国企业景气指数 292

图表：2008年3季度我国企业景气指数 293

图表：2008年4季度我国企业景气指数 293

图表：2009年2月我国宏观经济景气指数 294

图表：2009年3月我国宏观经济景气指数 295

图表：2009年4月我国宏观经济景气指数 295

图表：2009年5月我国宏观经济景气指数 296

图表：2004-2008年我国固定资产投资及其增长速度 297

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 297

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力 298

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况 299

图表：2009年1-5月我国城镇固定投资情况 299

图表：2004-2008年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 327

图表：2004-2008年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 328

图表：2009年1月我国居民消费价格分类指数 330

图表：2009年2月我国居民消费价格分类指数 330

图表：2009年3月我国居民消费价格分类指数 331

图表：2009年4月我国居民消费价格分类指数 331

图表：2009年5月我国居民消费价格分类指数 332

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（一） 332

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（二） 332

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（三） 332

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（四） 333

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（五） 333

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（一） 333

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（二） 334

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（三） 334

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（四） 334

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（五） 334

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（一） 335

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（二） 335

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（三） 335

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（四） 335

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（五） 336

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（一） 336

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（二） 336

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（三） 336

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（四） 337

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（五） 337

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（一） 337

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（二） 337

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（三） 338

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（四） 338

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（五） 338

图表：2009年1月我国社会消费品零售总额情况 339

图表：2009年2月我国社会消费品零售总额情况 339

图表：2009年3月我国社会消费品零售总额情况 340

图表：2009年4月我国社会消费品零售总额情况 340

图表：2009年5月我国社会消费品零售总额情况 341

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200907/21922.html>