

2010-2015年中国玩具行业 发展前景预测及投资风险研究报告

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

《2010-2015年中国玩具行业发展前景预测及投资风险研究报告》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/201003/36162.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

中国玩具制造业是劳动密集型行业，产品形式单一。与国际玩具巨头相比，我国玩具企业大多规模小、又多采用传统加工设备，设计能力薄弱，企业抗风险能力差；绝大多数玩具企业依靠来样、来料加工制作；90%以上为“OEM”生产方式，即“代工生产”和“贴牌生产”；产品以附加值低的普通塑料和填充玩具居多，在成熟的玩具设计生产销售链条中，中国玩具业只处于附加值的低端，缺乏自主创新，仍大量依靠国外提供技术和设计，因“设计缺陷”被动承担的经营风险日益凸现。从2008年下半年以来，除人民币、日元平稳之外，整个世界的货币都在贬值，我国玩具出口企业利润空间明显受到挤压，行业发展正面临来自成本更低廉如越南等市场的竞争压力。以加工贸易为特征的产业链条，存在技术受控于人、被动承担的经营风险，对外依赖性大和利润率极低(做自主品牌的产品比做代工的利润高3至5倍)，企业竞争力不强，稍微一点点经营上的危机就会导致关门停业风险。为从根本上改变这一状况，必须延伸产业链条，开发自主技术和自主品牌，实现加工贸易型企业的升级转型。通过加强技术研发，促进自创品牌和建立市场营销网络；从OEM贴牌加工生产方式向ODM自主设计和OBM自创品牌方式转变，走自主创新和名牌道路。

和欧美市场不同的是，中国玩具消费市场当前正在迅速扩大，而且发展势头良好。据统计，国内城市儿童每年的人均玩具消费约35元人民币，农村儿童不足10元人民币，城市成年人为12元人民币，农村成年人则几乎为零。相对其他国家，国内的人均玩具消费偏低，一些发达国家的人均玩具消费达到340美元，欧洲国家为144美元，亚洲国家为13美元。玩具的未来市场不在欧洲，而是在中国、印度和巴西。尽管中国玩具制造业正在经历一场严峻考验，但由于玩具制造业仍属于劳动密集型产业，相对于发达国家言，中国玩具业仍具竞争优势，并形成了较完备的产业链。对中国玩具举起贸易保护主义大棒，在打击中国产业的同时，也将“自损三千”，尤其是损害本国消费者的利益；印度的做法也许是个例子。而越南等周边国家虽然劳动力价格低廉，但劳动技能普遍不高，物流、基建等产业链条也没那么完善，所以玩具制造业往海外转移的可能性并不大。2009年1-12月全国玩具制造业累计完成新产品产值4,653,978.00千元，比上年同期下降6.2%。工业销售产值累计111,725,541.00千元，比上年同期增长8.24%。利润总额达到3,050,691.00千元，比上年同期增长56.98%。近几年，我国玩具市场将以每年40%的速度增长，具玩具业内人士预测，2010年中国玩具消费额将超过一千元人民币，中国本土的玩具消费亦呈快速增长之势。

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、全国商业信息中心、中国玩具业协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及玩具研究单位等公布和提供的大量资料，结合对玩具相关企业的实地调查，对我国玩具行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了玩具行业的前景与风险。报告揭示了玩具市场潜在需求与潜在机会，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

目 录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 玩具行业概述 1

第一节 玩具的定义及分类 1

一、玩具的定义 1

二、玩具的分类 2

三、玩具的历史 3

第二节 玩具行业的投资特性 6

一、行业特点 6

二、投资特性分析 7

三、生产管理特点 9

第二章 全球玩具行业分析 10

第一节 全球玩具市场 10

一、全球玩具市场概况 10

二、全球玩具市场发展趋势 11

三、2011年全球玩具市场预测 12

第二节 欧洲玩具市场 13

一、欧洲玩具消费分析 13

二、欧洲玩具市场变化和发展 15

三、2009年欧洲玩具市场发展现状 16

四、欧洲玩具市场分析 17

第三节 美国玩具市场 21

一、美国玩具业协会强化玩具安全认证分析 21

二、美国玩具市场销售渠道分析	23
三、奥巴马“税收新政”对中国玩具业的影响	26
四、美国玩具设计趋向分析	27
第四节 印度玩具市场	28
一、印度玩具市场潜力分析	28
二、印度玩具市场发展状况	29
三、外资企业在印度经营环境	30
四、2009年印度玩具市场发展现状	31
第五节 其他国家地区玩具市场	32
一、法国玩具进出口市场分析	32
二、2009年泰国玩具市场发展分析	35
三、日本玩具市场发展状况	36
四、土耳其玩具市场分析	38
五、中东玩具市场前景分析	40
第三章 我国玩具行业发展现状	42
第一节 中国玩具行业发展概述	42
一、中国玩具行业发展历程	42
二、中国玩具行业发展面临的问题	46
三、中国玩具行业技术发展现状及趋势	51
第二节 我国玩具行业发展状况	52
一、2009年中国玩具行业发展回顾	52
二、2009年玩具行业发展情况分析	55
三、2009年我国玩具市场特点分析	56
四、2009年我国玩具市场发展分析	57
第三节 2009年中国玩具企业内销市场分析	58
一、中国玩具企业内销渠道分析	58
二、玩具内销农村市场分析	59
三、中国玩具内销问题及策略分析	62
第四章 中国玩具行业经济运行分析	64
第一节 2009年玩具行业运行情况分析	64
一、2009年玩具行业经济指标分析	64
二、2009年玩具行业收入前十家企业	65

第二节 2009年玩具行业产量分析	66
一、2009年我国玩具产量分析	66
二、2010年我国玩具产量预测	66
第三节 2009年玩具行业进出口分析	66
一、2009年玩具行业进出口分析	66
二、2010-2015年玩具进出口态势展望	70
第五章 中国玩具行业细分市场分析	72
第一节 布绒玩具市场分析	72
一、浅谈布绒玩具的面料设计	72
二、我国布绒玩具业发展概况	73
三、中国毛绒玩具出口欧盟威胁与机遇	74
四、毛绒玩具市场发展困境与对策	77
五、布绒玩具业未来发展策略	79
第二节 木制玩具市场分析	81
一、木制玩具市场分析	81
二、木制玩具业创新分析	84
三、木制玩具企业环保问题分析	85
第三节 塑料玩具市场分析	85
一、我国塑料玩具市场发展概况	85
二、塑料玩具市场新变化分析	88
三、义乌塑料玩具企业发展挑战分析	89
四、我国塑料玩具市场发展潜力	90
第六章 玩具关联产业分析	92
第一节 塑料行业发展分析	92
一、2009年塑料行业总体运行特征	92
二、2009年塑料行业生产情况分析	97
三、2009年塑料行业进出口情况分析	105
四、2009年塑料行业产值指标分析	114
第二节 电子行业发展分析	122
一、2009年电子行业发展状况	122
二、2009年电子行业转型分析	123
三、2009年电子行业运行状况	125

第三节 纺织行业发展分析 128

一、金融危机下中国纺织行业发展状况 128

二、2009年中国纺织行业运行状况 129

三、2009年纺织行业发展分析 130

四、2009年纺织行内外贸易形势 131

五、2009年纺织市场需求分析 132

第四节 包装行业发展分析 134

一、我国PE捆扎带塑料包装行业的现状 134

二、数字包装行业新趋势 135

三、我国包装工业“十一五”发展预测 139

四、未来国际包装发展趋势分析 140

五、未来我国包装行业发展前景分析 141

第五节 动漫产业发展分析 143

一、中国动漫产业发展历史及现状 143

二、2009年中国动漫产业发展机遇分析 149

三、2009年中国动漫产业发展挑战分析 155

四、2009年中国动漫产业发展形势分析 171

第七章 中国玩具行业区域市场分析 174

第一节 广东省玩具市场发展分析 174

一、广东玩具行业发展分析 174

二、澄海玩具产业发展状况 179

三、汕头玩具业发展分析 183

四、东莞玩具市场分析 185

五、深圳玩具市场发展分析 188

第二节 义乌市玩具行业发展分析 191

一、出口退税率上调 191

二、义乌玩具行业临危突变 192

三、义乌玩具市场发展前景 194

第三节 其他地区玩具市场发展分析 197

一、安徽省玩具产业发展分析 197

二、泉州玩具业发展分析 198

第八章 玩具行业投资与发展前景分析 199

第一节 玩具行业投资机会分析	199
一、玩具投资项目分析	199
二、2010年玩具投资机会	200
三、2010-2015年玩具投资新方向	201
第二节 玩具行业发展前景分析	203
一、玩具市场发展前景分析	203
二、我国玩具市场蕴藏的商机	204
三、金融危机后玩具市场的发展前景	206
四、2010-2015年玩具市场面临的发展商机	207
第二部分 市场竞争格局与形势	
第九章 玩具行业竞争格局分析	211
第一节 玩具行业集中度分析	211
一、玩具市场集中度分析	211
二、玩具企业集中度分析	211
三、玩具区域集中度分析	211
第二节 玩具行业主要企业竞争力分析	212
一、2009年玩具企业竞争力对比分析	212
二、2009年玩具企业产品畅销对比分析	213
三、2009年玩具企业市场份额对比分析	213
第三节 玩具行业竞争格局分析	214
一、市场基本格局	214
二、2009年国外玩具巨头竞争分析	215
三、泰国与中国玩具争夺国际市场	216
四、中国玩具行业的竞争策略分析	216
第十章 中国玩具行业发展形势分析	219
第一节 玩具业发展问题及对策	219
一、经营环境变化问题分析	219
二、营销安全管理体系问题分析	222
第二节 玩具业发展挑战及机遇分析	225
一、玩具企生存环境分析	225
二、玩具行业品牌与销售问题分析	227
三、中国玩具产业变革分析	228

四、2009年玩具市场发展机遇及挑战 232

第三部分 盈利水平与企业分析

第十一章 中国玩具行业整体运行指标分析 237

第一节 2009-2010年中国玩具行业总体规模分析 237

一、企业数量结构分析 237

二、行业生产规模分析 237

第二节 2009-2010年中国玩具行业产销分析 237

一、行业产成品情况总体分析 237

二、行业产品销售收入总体分析 238

第三节 2009-2010年中国玩具行业财务指标总体分析 238

一、行业盈利能力分析 238

二、行业偿债能力分析 238

三、行业营运能力分析 239

四、行业发展能力分析 239

第十二章 玩具行业盈利能力分析 240

第一节 2009年中国玩具行业利润总额分析 240

一、利润总额分析 240

二、不同规模企业利润总额比较分析 240

三、不同所有制企业利润总额比较分析 241

第二节 2009年中国玩具行业销售产值分析 242

一、工业销售产值分析 242

二、不同规模企业销售产值分析 243

三、不同所有制企业销售产值分析 244

第三节 2009年中国玩具行业总资产分析 245

一、总资产分析 245

二、不同规模企业总资产比较分析 245

三、不同所有制企业总资产比较分析 246

第十三章 玩具优势企业分析 248

第一节 国外知名玩具厂商分析 248

一、美泰玩具公司(Mattel) 248

二、美国孩之宝公司(Hasbro) 248

三、日本Takaratomy公司 253

第二节 国内知名玩具企业分析 254

一、广东奥飞动漫文化股份有限公司 254

二、广东骅威玩具工艺（集团）有限公司 259

三、东莞伟易达电子有限公司 264

四、江苏好孩子集团 265

五、东莞英德玩具塑料电子有限公司 267

第四部分 投资策略与风险预警

第十四章 玩具行业投资战略研究 269

第一节 玩具行业发展战略研究 269

一、技术开发战略 269

二、产业战略规划 271

三、业务组合战略 273

四、区域战略规划 276

五、企业信息化战略规划 279

第二节 对我国玩具行业品牌的战略思考 280

一、品牌的基本含义 280

二、品牌战略在企业发展中的重要性 281

三、玩具行业品牌的特性和作用 282

四、玩具行业品牌的价值战略 282

五、玩具行业品牌竞争趋势 283

六、玩具行业企业品牌发展战略 283

七、玩具行业品牌竞争策略 285

第十五章 玩具行业投资环境分析 286

第一节 经济发展环境分析 286

一、2009年中国GDP分析 286

二、2009年城乡居民家庭人均可支配收入 289

三、2009年中国工业经济发展分析 289

四、2009年存贷款利率变化 302

五、2010年中国的经济与政策展望 304

第二节 社会环境 306

一、人口规模分析 306

二、年龄结构分析 309

三、学历结构分析	310
四、2009年我国居民收入水平	311
五、2009年我国消费者信心指数分析	313
六、2009年我国居民生活水平分析	316
第十六章 玩具行业投资风险分析	334
第一节 玩具企业面临的风险分析	334
一、金融危机下我国企业面临的风险分析	334
二、金融危机给我国中小企业带来的风险	335
第二节 玩具企业战略规划不确定性风险分析	336
一、客观事件的不确定性风险	336
二、市场的不确定性风险	337
三、行业发展的不确定性风险	337
四、战略规划者的主观不确定性风险	338
五、执行过程的不确定性风险	338
六、工具方法的局限性风险	338
七、战略规划系统的不确定性风险	339
第五部分 发展趋势与规划建议	
第十七章 玩具市场前景及发展趋势	341
第一节 国际玩具市场发展趋势	341
一、2009年玩具市场趋势分析	341
二、2009我国玩具产业发展趋势	342
三、2010年我国玩具市场发展预测	346
四、2010-2015年玩具企业发展预测	347
第二节 中国玩具细分市场发展趋势	349
一、儿童玩具市场品牌营销前景	349
二、中国塑料玩具市场前景	351
三、电动玩具行业发展前景分析	354
第十八章 玩具企业管理策略建议	356
第一节 市场策略分析	356
一、玩具价格策略分析	356
二、玩具渠道策略分析	356
第二节 销售策略分析	357

一、媒介选择策略分析 357

二、产品定位策略分析 365

三、企业宣传策略分析 370

第三节 提高玩具企业竞争力的策略 377

一、提高中国玩具企业核心竞争力的对策 377

二、影响玩具企业核心竞争力的因素 380

三、提高玩具企业竞争力的策略 382

图表目录

图表：2009年1-12月玩具制造业经济指标分析 64

图表：2009年十大玩具品牌榜 65

图表：2009年5月份塑料行业规模以上企业地区分布 93

图表：2009年塑料行业月度工业总产值及同比 93

图表：2007-2009年全国塑料制品产量月度完成情况 94

图表：塑料行业月度产销率走势 95

图表：2009年1-5月塑料各子行业累计产销率情况 95

图表：2008-2009年塑料行业出口贸易形势 96

图表：2009年1-5月塑料行业各主要产品累计产量 97

图表：2009年1-5月塑料行业主要产品产量比重 98

图表：2009年塑料行业主要产品月度产量比重变化 98

图表：2009年1-5月塑料制品产量地区分布 99

图表：塑料制品主要产区产量及同比增长情况 99

图表：2009年1-5月塑料薄膜产量地区分布 100

图表：2009年1-5月农用薄膜产量地区分布 100

图表：2009年1-5月塑料板、片产量地区分布 101

图表：2009年1-5月塑料管及其附件产量地区分布 102

图表：2009年1-5月塑料条、棒、型材产量地区分布 102

图表：2009年1-5月塑料丝、绳及编织品产量地区分布 103

图表：2009年1-5月泡沫塑料产量地区分布 103

图表：2009年1-5月塑料人造革、合成革产量地区分布 104

图表：2009年1-5月塑料包装箱及容器产量地区分布 104

图表：2009年1-5月日用塑料制品产量地区分布 105

图表：2009年1-4月塑料行业主要商品累计出口量 106

图表：2009年1-4月塑料行业主要商品累计出口值所占比重 107

图表：2009年塑料单丝、条、杆、型材及异型材月度出口量 107

图表：2009年塑料管及其附件月度出口量 108

图表：2009年塑料板、片、膜、箔、带及扁条月度出口量 108

图表：2009年塑料人造革、合成革月度出口量 108

图表：2009年塑料包装箱及容器及其附件月度出口量 109

图表：2009年塑料零件月度出口量 109

图表：2009年建筑用塑料制品月度出口量 110

图表：2009年1-4月塑料行业主要商品累计进口量 110

图表：2009年1-4月塑料行业主要商品累计进口值所占比重 111

图表：2009年塑料单丝、条、杆、型材及异型材月度进口量 112

图表：2009年塑料管及其附件月度进口量 112

图表：2009年塑料板、片、膜、箔、带及扁条月度进口量 112

图表：2009年塑料人造革、合成革月度进口量 113

图表：2009年塑料包装箱及容器及其附件月度进口量 113

图表：2009年塑料零件月度进口量 114

图表：2009年建筑用塑料制品月度进口量 114

图表：2009年1-5月塑料行业各子行业累计工业总产值 115

图表：2009年1-5月塑料行业各子行业工业总产值比重 115

图表：塑料各子行业月度工业总产值比重变化 116

图表：2009年1-5月塑料行业工业总产值地区分布 117

图表：塑料行业主要地区工业总产值及同比增长情况 117

图表：2009年1-5月各地区塑料薄膜制造业工业总产值比重 118

图表：2009年1-5月各地区塑料板、管、型材制造业工业总产值比重 118

图表：2009年1-5月塑料丝、绳及编织品制造业工业总产值地区分布 119

图表：2009年1-5月各地区泡沫塑料制造业工业总产值比重 119

图表：2009年1-5月各地区塑料人造革、合成革制造业工业总产值比重 120

图表：2009年1-5月各地区塑料包装箱及容器制造业工业总产值比重 120

图表：2009年1-5月各地区塑料零件制造业工业总产值比重 121

图表：2009年1-5月各地区日用塑料制造业工业总产值比重 122

图表：2009年玩具企业竞争力指数分析 212

图表：2009年玩具企业产品畅销指数分析 213

图表：2009年玩具企业市场占有率分析 213

图表：2009-2010年玩具企业数量结构分析 237

图表：2009-2010年玩具业生产规模分析 237

图表：2009-2010年玩具业产成品分析 237

图表：2009-2010年玩具业销售收入分析 238

图表：2009-2010年玩具业盈利能力分析 238

图表：2009-2010年玩具业偿债能力分析 238

图表：2009-2010年玩具业运营能力分析 239

图表：2009-2010年玩具业发展能力分析 239

图表：2009年玩具行业利润总额分析 240

图表：2009年玩具行业大型企业利润总额分析 240

图表：2009年玩具行业中型企业利润总额分析 240

图表：2009年玩具行业小型企业利润总额分析 241

图表：2009年玩具行业集体企业利润总额分析 241

图表：2009年玩具行业股份合作企业利润总额分析 241

图表：2009年玩具行业股份制企业利润总额分析 241

图表：2009年玩具行业私营企业利润总额分析 242

图表：2009年玩具行业外商和港澳台投资企业利润总额分析 242

图表：2009年玩具行业销售产值分析 242

图表：2009年玩具行业大型企业销售产值分析 243

图表：2009年玩具行业中型企业销售产值分析 243

图表：2009年玩具行业小型企业销售产值分析 243

图表：2009年玩具行业集体企业销售产值分析 244

图表：2009年玩具行业股份合作企业销售产值分析 244

图表：2009年玩具行业股份制企业销售产值分析 244

图表：2009年玩具行业私营企业销售产值分析 244

图表：2009年玩具行业外商和港澳台投资企业销售产值分析 245

图表：2009年玩具行业总资产分析 245

图表：2009年玩具行业大型企业总资产分析 245

图表：2009年玩具行业中型企业总资产分析 246

图表：2009年玩具行业小型企业总资产分析 246

图表：2009年玩具行业集体企业总资产分析 246

图表：2009年玩具行业股份合作企业总资产分析 246

图表：2009年玩具行业股份制企业总资产分析 247

图表：2009年玩具行业私营企业总资产分析 247

图表：2009年玩具行业外商和港澳台投资企业总资产分析 247

图表：区域发展战略咨询流程图 278

图表：区域SWOT战略分析图 278

图表：2009年11月份工业产出增长速度 290

图表：2009年11月发电量、粗钢产量增速 290

图表：2009年11月轻、重工业恢复情况 292

图表：2009年11月份CPI、PPI环比增幅 292

图表：2009年11月CPI、PPI对比 294

图表：2009年CPI、PPI环比增幅 294

图表：2009年11月M1增速 295

图表：2009年11月流通速度与生产速度 296

图表：2009年11月份新增短期和中长期贷款 297

图表：2009年11月固定资产投资累计增速（1） 297

图表：2009年11月固定资产投资累计增速（2） 298

图表：2009年11月地方项目投资 298

图表：2009年11月新开工和施工投资增速 299

图表：2009年11月利用外资情况 299

图表：2009年11月份零售额增速 300

图表：2009年11月进出口同比增幅 300

图表：2009年11月进出口环比增幅 301

图表：人民币存款利率表分析 302

图表：人民币贷款利率表 303

图表：外汇存款利率表 303

图表：中国人口结构估计 308

图表：1953-2007年中国人口年龄结构变化 310

图表：2009年1月我国消费者信心指数 313

图表：2009年2月我国消费者信心指数 313

图表：2009年3月我国消费者信心指数 313

图表：2009年4月我国消费者信心指数 314

图表：2009年5月我国消费者信心指数 314

图表：2009年6月我国消费者信心指数 314

图表：2009年7月我国消费者信心指数 314

图表：2009年8月我国消费者信心指数 314

图表：2009年9月我国消费者信心指数 314

图表：2009年10月我国消费者信心指数 315

图表：2009年11月我国消费者信心指数 315

图表：2009年12月我国消费者信心指数 315

图表：2009年11月居民消费价格分类指数 315

图表：2009年1月我国居民消费价格分类指数 316

图表：2009年2月我国居民消费价格分类指数 316

图表：2009年3月我国居民消费价格分类指数 316

图表：2009年4月我国居民消费价格分类指数 317

图表：2009年5月我国居民消费价格分类指数 317

图表：2009年6月我国居民消费价格分类指数 318

图表：2009年7月我国居民消费价格分类指数 318

图表：2009年8月我国居民消费价格分类指数 318

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（一） 319

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（二） 319

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（三） 319

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（四） 320

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（五） 320

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（一） 320

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（二） 320

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（三） 321

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（四） 321

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（五） 321

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（一） 321

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（二） 322

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（三） 322

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（四） 322

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（五） 322

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（一）	323
图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（二）	323
图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（三）	323
图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（四）	324
图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（五）	324
图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（一）	324
图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（二）	324
图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（三）	325
图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（四）	325
图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（五）	325
图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（一）	325
图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（二）	326
图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（三）	326
图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（四）	326
图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（五）	326
图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（一）	327
图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（二）	327
图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（三）	327
图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（四）	328
图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（五）	328
图表：2009年8月我国各地居民消费价格指数（一）	328
图表：2009年8月我国各地居民消费价格指数（二）	328
图表：2009年8月我国各地居民消费价格指数（三）	329
图表：2009年8月我国各地居民消费价格指数（四）	329
图表：2009年8月我国各地居民消费价格指数（五）	329
图表：2009年1月我国社会消费品零售总额情况	330
图表：2009年2月我国社会消费品零售总额情况	330
图表：2009年3月我国社会消费品零售总额情况	331
图表：2009年4月我国社会消费品零售总额情况	331
图表：2009年5月我国社会消费品零售总额情况	332
图表：2009年6月我国社会消费品零售总额情况	332
图表：2009年7月我国社会消费品零售总额情况	333

图表：2009年8月我国社会消费品零售总额情况 333

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201003/36162.html>