

2010-2015年西洋参行业发 展前景分析及投资风险预测报告

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年西洋参行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/201002/34557.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

西洋参是生长于北美原始森林之中的古老植物，具有活化石之称。早期的北美印第安人视其为药食同源的植物，并将其作为发汗退热的药物而广泛应用。17世纪法国的牧雅图斯在我国东北工作期间，对被当地人视作灵丹妙药、根似人形的人参产生了极大的兴趣。他以“鞑靼植物人参”为题，详细叙述了中国人参的形态特征、药用价值，并附有原植物图，此文在英国皇家协会会议上发表。而被该文深深吸引的则是加拿大蒙特利尔地区的法国传教士法朗士·拉费多，他在当地印地安人的帮助下，按图索骥在原始丛林中找到了与中国人参形态极其相似的植物，送巴黎鉴定为西洋参。西洋参原产北美洲的加拿大南部和美国北部，分布于北纬30~40度，西经67~125度范围，20世纪40年代我国江西庐山植物园曾从加拿大引种，未果。1975年以后，我国陆续从美国引进几批种子，分别在吉林、辽宁、黑龙江、陕西、江西、贵州、云南、河北、山东、安徽以及福建等省引种栽培成功，其中东北三省、陕西秦巴山区普遍栽培，尤其是福建、云南等高海拔山区的引种成功，为我国西洋参栽培区域向低纬度范围扩大生产提供了依据。西洋参中的皂甙可以有效增强中枢神经，达到静心凝神、消除疲劳、增强记忆力等作用，可适用于失眠、烦躁、记忆力衰退及老年痴呆等症状。常服西洋参可以抗心律失常、抗心肌缺血、抗心肌氧化、强化心肌收缩能力，冠心病患者症状表现为气阴两虚、心慌气短可长期服用西洋参，疗效显著。西洋参的功效还在于可以调节血压，可有效降低暂时性和持久性血压，有助于高血压、心律失常、冠心病、急性心肌梗塞、脑血栓等疾病的恢复。西洋参作为补气保健首选药材，可以促进血清蛋白合成、骨髓蛋白合成、器官蛋白合成等，提高机体免疫力，抑制癌细胞生长，有效抵抗癌症。长服西洋参可以降低血液凝固性、抑制血小板凝聚、抗动脉粥样硬化并促进红血球生长，增加血色素。西洋参可以降低血糖、调节胰岛素分泌、促进糖代谢和脂肪代谢，对治疗糖尿病有一定辅助作用。

美国从中国进口大量产品，从计算机、鲑鱼到羊毛织品，各种各样无所不包。但美国威斯康辛的西洋参则大量向中国出口。美国的西洋参种植商基本上完全依赖于中国市场，由于受到加拿大和中国农民的竞争，他们的盈利一直在下降，为此，威斯康辛州的种植商正在设法维护其品牌效益，并希望中国日益增长的中产阶级市场能给他们带来新的机会。西洋参在中国、韩国和其它亚洲国家市场备受欢迎。这些市场的消费者认为，西洋参的根茎很苦，但能收到静心凝神、消除疲劳和减轻失眠的作用。但是，很少有中国的消费者知道这些西洋参来自何处，也没有什么人听说过威斯康辛州。这对于美国的西洋参种植商来说是一个重大的挑战，他们必须向位于地球另一端的消费者创立并保护西洋参的品牌。实际上，西洋参这个分类过于宽泛，包括了威斯康辛州、加拿大以及在中国生产的北美品种。目前，在北京市场

上，一瓶装有硬币大小的西洋参片其售价为300元人民币。现在，威斯康辛州的种植商已经努力使中国的消费者熟悉他们的产品，其品牌为“花旗参”。为此，威斯康辛州花旗参农业总会与中国的同仁堂在2009年签署了一项协议，授权其成为花旗参的中国独家经销商。

2010年或未来的二三年药材市场将迎来最佳发展机遇期，受2008年药市行情大幅下跌的影响，2009年的药材生产受到重创，生产面积大幅缩减。这从大多数药材种子价格低于其药材价格中就能明显表现出来。药材生产的危机又让药市出现供不应求的局面。2008年的金融危机同样使我国经济遭到重创，为应对危机，我国政府实行了“积极的财政政策和宽松的货币政策”，为我国经济的快速复苏奠定了基础。经过一年的实践，我国经济率先复苏，全年经济增长达到8%以上，2010年中国经济增速可达10%以上。快速发展的中国经济势必为药材行业的发展提供可靠保障。随着我国经济的发展，我国的社会保障体系逐步完善，这将加大市场需求，进而促进药市的繁荣。由于2008年行情大跌，生产者亏损严重，造成了2009年药材生产的大幅调减。同时，粮价上涨也挤压了药材生产空间。还有劳动力的大量外流，造成药材生产严重萎缩，特别是劳动密集型的药材品种表现尤为突出。2009年各地的药材生产均有不同程度地下降，幅度在50-80%，有的甚至到了崩溃的边缘。今后的药材生产形势依然严峻。多年来，我国政府和社会各界都一直为中医药冲出国门、走向世界而努力，并取得了积极的进展。目前，世界上一些国家对中医药的政策及法律条款正在发生积极的变化。中医药走向世界正逐步形成以政府主导，企业为主体，合作模式多样化的发展模式。这将为中医药的发展创造更为广阔的市场空间。

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、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、国家卫生部、国家食品药品监督管理局、国家中医药管理局、中国中药协会、中国保健协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及西洋参研究单位等公布和提供的大量资料，结合对西洋参相关企业的实地调查，对我国西洋参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，并重点分析了西洋参行业的前景与风险。报告揭示了西洋参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。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球西洋参行业发展分析

第一节 国际西洋参行业发展轨迹综述

- 一、国际西洋参行业发展历程
- 二、国际西洋参行业发展面临的问题
- 三、国际西洋参行业技术发展现状及趋势

第二节 世界西洋参行业市场情况

- 一、2009年世界西洋参产业发展现状
- 二、2009年国际西洋参产业发展态势
- 三、2009年国际西洋参行业研发动态
- 四、2009年全球西洋参行业挑战与机会

第三节 部分国家地区西洋参行业发展状况

- 一、2009年美国西洋参行业发展分析
- 二、2009年欧洲西洋参行业发展分析
- 三、2009年日本西洋参行业发展分析
- 四、2009年韩国西洋参行业发展分析

第二章 我国西洋参行业发展现状

第一节 中国西洋参行业发展概述

- 一、中国西洋参行业发展历程
- 二、中国西洋参行业发展面临问题
- 三、中国西洋参行业技术发展现状及趋势

第二节 我国西洋参行业发展状况

- 一、2009年中国西洋参行业发展回顾
- 二、2009年西洋参行业发展情况分析
- 三、2009年我国西洋参市场特点分析
- 四、2009年我国西洋参市场发展分析

第三节 中国西洋参行业供需分析

- 一、2009年中国西洋参市场供给总量分析
- 二、2009年中国西洋参市场供给结构分析
- 三、2009年中国西洋参市场需求总量分析
- 四、2009年中国西洋参市场需求结构分析
- 五、2009年中国西洋参市场供需平衡分析

第三章 中国西洋参行业经济运行分析

第一节 2009年西洋参行业运行情况分析

- 一、2009年西洋参行业经济指标分析
- 二、2009年西洋参行业收入前十家企业
- 第二节 2009年西洋参行业产量分析
 - 一、2009年我国西洋参产量分析
 - 二、2010年我国西洋参产量预测
- 第三节 2009年西洋参行业进出口分析
 - 一、2009年西洋参行业进口总量及价格
 - 二、2009年西洋参行业出口总量及价格
 - 三、2009年西洋参行业进出口数据统计
 - 四、2010-2015年西洋参进出口态势展望
- 第四章 中国西洋参行业消费市场分析
 - 第一节 中国西洋参消费者收入分析
 - 一、中国人口、人民生活分析
 - 二、2009-2010年消费者收入水平
 - 三、2009-2010年消费者信心指数分析
 - 第二节 西洋参行业目标客户群体调查
 - 一、不同收入水平消费者偏好调查
 - 二、不同年龄的消费者偏好调查
 - 三、不同地区的消费者偏好调查
 - 第三节 西洋参市场消费需求分析
 - 一、西洋参市场的消费需求变化
 - 二、西洋参行业的需求情况分析
 - 三、2009年西洋参品牌市场消费需求分析
 - 第四节 西洋参消费市场状况分析
 - 一、西洋参行业消费特点
 - 二、西洋参消费者分析
 - 三、西洋参消费结构分析
 - 四、西洋参消费的市场变化
 - 五、西洋参市场的消费方向
- 第五章 中国西洋参行业区域市场分析
 - 第一节 华北地区西洋参行业分析
 - 一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第二节 东北地区西洋参行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第三节 华东地区西洋参行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第四节 华南地区西洋参行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第五节 华中地区西洋参行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第六节 西南地区西洋参行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第七节 西北地区西洋参行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第六章 西洋参行业投资与发展前景分析

第一节 2009年西洋参行业投资情况分析

一、2009年总体投资结构

二、2009年投资规模情况

三、2009年投资增速情况

四、2009年分行业投资分析

五、2009年分地区投资分析

第二节 西洋参行业投资机会分析

一、西洋参投资项目分析

二、可以投资的西洋参模式

三、2010年西洋参投资机会

四、2010年西洋参细分行业投资机会

五、2010-2015年西洋参投资新方向

第三节 西洋参行业发展前景分析

一、西洋参市场发展前景分析

二、我国西洋参市场蕴藏的商机

三、金融危机后西洋参市场的发展前景

四、2010年西洋参市场面临的发展商机

五、2010-2015年西洋参市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 西洋参行业竞争格局分析

第一节 西洋参行业集中度分析

一、西洋参市场集中度分析

二、西洋参企业集中度分析

三、西洋参区域集中度分析

第二节 西洋参行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 西洋参行业竞争格局分析

一、2009年西洋参行业竞争分析

二、2009年中外西洋参竞争分析

三、2009-2010年国内外西洋参竞争分析

四、2009-2010年我国西洋参市场竞争分析

五、2009-2010年我国西洋参市场集中度分析

六、2010-2015年国内主要西洋参企业动向

第八章 2009-2010年中国西洋参行业发展形势分析

第一节 西洋参行业发展概况

一、西洋参行业发展特点分析

二、西洋参行业投资现状分析

三、西洋参行业总产值分析

四、西洋参行业技术发展分析

第二节 2009-2010年西洋参行业市场情况分析

一、西洋参行业市场发展分析

二、西洋参市场存在的问题

三、西洋参市场规模分析

第三节 2009-2010年西洋参产销状况分析

一、西洋参产量分析

二、西洋参产能分析

三、西洋参市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国西洋参行业整体运行指标分析

第一节 2009-2010年中国西洋参行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009-2010年中国西洋参行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009-2010年中国西洋参行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 西洋参行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2009-2010年西洋参原材料价格走势

二、2009-2010年西洋参行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2009-2010年西洋参行业产销情况

二、2009-2010年西洋参行业库存情况

三、2009-2010年西洋参行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2009-2010年西洋参行业价格走势

二、2009-2010年西洋参行业营业收入情况

三、2009-2010年西洋参行业毛利率情况

四、2009-2010年西洋参行业赢利能力

五、2009-2010年西洋参行业赢利水平

六、2010-2015年西洋参行业赢利预测

第十一章 西洋参行业盈利能力分析

第一节 2009-2010年中国西洋参行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009-2010年中国西洋参行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009-2010年中国西洋参行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009-2010年中国西洋参行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 西洋参重点企业发展分析

第一节 健康元药业集团股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力分析

四、2010-2015年投资风险

第二节 广东康美药业股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力分析

四、2010-2015年投资风险

第三节 深圳万基健康保健品有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力分析

四、2010-2015年投资风险

第四节 吉林省西洋参集团有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力分析

四、2010-2015年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 西洋参行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 西洋参行业投资效益分析

一、2009-2010年西洋参行业投资状况

二、2009-2010年西洋参行业投资效益

三、2010-2015年西洋参行业投资方向

四、2010-2015年西洋参行业投资建议

第四节 西洋参行业投资策略研究

一、2009年西洋参行业投资策略

二、2010年西洋参行业投资策略

三、2010-2015年西洋参行业投资策略

四、2010-2015年西洋参细分行业投资策略

第十四章 西洋参行业投资风险预警

第一节 影响西洋参行业发展的主要因素

一、2010年影响西洋参行业运行的有利因素

二、2010年影响西洋参行业运行的稳定因素

三、2010年影响西洋参行业运行的不利因素

四、2010年我国西洋参行业发展面临的挑战

五、2010年我国西洋参行业发展面临的机遇

第二节 西洋参行业投资风险预警

- 一、2010-2015年西洋参行业市场风险预测
- 二、2010-2015年西洋参行业政策风险预测
- 三、2010-2015年西洋参行业经营风险预测
- 四、2010-2015年西洋参行业技术风险预测
- 五、2010-2015年西洋参行业竞争风险预测
- 六、2010-2015年西洋参行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 西洋参行业发展趋势分析

第一节 2010-2015年中国西洋参市场趋势分析

- 一、2009-2010年我国西洋参市场趋势总结
- 二、2010-2015年我国西洋参发展趋势分析

第二节 2010-2015年西洋参发展趋势分析

- 一、2010-2015年西洋参技术趋势分析
- 二、2010-2015年西洋参价格趋势分析

第三节 2010-2015年中国西洋参行业供需预测

- 一、2010-2015年中国西洋参供给预测
- 二、2010-2015年中国西洋参需求预测
- 三、2010-2015年中国西洋参价格预测

第四节 2010-2015年西洋参行业规划建议

- 一、2010-2015年西洋参行业整体规划
- 二、2010-2015年西洋参行业发展预测
- 三、2010-2015年西洋参行业规划建议

第十六章 西洋参企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、西洋参价格策略分析
- 二、西洋参渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高西洋参企业竞争力的策略

- 一、提高中国西洋参企业核心竞争力的对策

- 二、西洋参企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响西洋参企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高西洋参企业竞争力的策略
- 第四节 对我国西洋参品牌的战略思考
 - 一、西洋参实施品牌战略的意义
 - 二、西洋参企业品牌的现状分析
 - 三、我国西洋参企业的品牌战略
 - 四、西洋参品牌战略管理的策略

图表目录

- 图表：西洋参产业链分析
- 图表：西洋参行业生命周期
- 图表：2009-2010年中国西洋参行业市场规模
- 图表：2009-2010年全球西洋参产业市场规模
- 图表：2009-2010年西洋参重要数据指标比较
- 图表：2009-2010年中国西洋参行业销售情况分析
- 图表：2009-2010年中国西洋参行业利润情况分析
- 图表：2009-2010年中国西洋参行业资产情况分析
- 图表：2009-2010年中国西洋参竞争力分析
- 图表：2010-2015年中国西洋参市场价格走势预测
- 图表：2010-2015年中国西洋参发展前景预测
- 图表：2009-2010年1月西洋参行业销售成本分析
- 图表：2009-2010年1月西洋参行业销售费用分析
- 图表：2009-2010年1月西洋参行业管理费用分析
- 图表：2009-2010年1月西洋参行业财务费用分析
- 图表：2009-2010年1月西洋参行业销售及利润分析
- 图表：2009-2010年1月西洋参行业销售毛利率分析
- 图表：2009-2010年1月西洋参行业销售利润率分析
- 图表：2009-2010年1月西洋参行业成本费用利润率分析
- 图表：2009-2010年1月西洋参行业总资产利润率分析
- 图表：2009-2010年1月西洋参行业资产分析
- 图表：2009-2010年1月西洋参行业负债分析

图表：2009-2010年1月西洋参行业偿债能力分析

图表：2009年1-12月我国西洋参进口数据

图表：2009年1-12月我国西洋参出口数据

图表：2009年1季度我国西洋参进口数据

图表：2009年1季度我国西洋参出口数据

图表：2009年1月我国西洋参进口数据

图表：2009年1月我国西洋参出口数据

图表：2009年2月我国西洋参进口数据

图表：2009年2月我国西洋参出口数据

图表：2009年3月我国西洋参进口数据

图表：2009年3月我国西洋参出口数据

图表：2009年2季度我国西洋参进口数据

图表：2009年2季度我国西洋参出口数据

图表：2009年4月我国西洋参进口数据

图表：2009年4月我国西洋参出口数据

图表：2009年5月我国西洋参进口数据

图表：2009年5月我国西洋参出口数据

图表：2009年6月我国西洋参进口数据

图表：2009年6月我国西洋参出口数据

图表：2009年3季度我国西洋参进口数据

图表：2009年3季度我国西洋参出口数据

图表：2009年7月我国西洋参进口数据

图表：2009年7月我国西洋参出口数据

图表：2009年8月我国西洋参进口数据

图表：2009年8月我国西洋参出口数据

图表：2009年9月我国西洋参进口数据

图表：2009年9月我国西洋参出口数据

图表：2009年4季度我国西洋参进口数据

图表：2009年4季度我国西洋参出口数据

图表：2009年10月我国西洋参进口数据

图表：2009年10月我国西洋参出口数据

图表：2009年11月我国西洋参进口数据

图表：2009年11月我国西洋参出口数据

图表：2009年12月我国西洋参进口数据

图表：2009年12月我国西洋参出口数据

图表：2009年1-12月中国西洋参行业国有企业工业数据

图表：2009年1-12月中国西洋参行业集体企业工业数据

图表：2009年1-12月中国西洋参行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-12月中国西洋参行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-12月中国西洋参行业私营企业工业数据

图表：2009年1-12月中国西洋参行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-12月中国西洋参行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-12月中国不同所有制西洋参企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制西洋参企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制西洋参企业累计资产总计对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制西洋参企业累计利润总额对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制西洋参企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制西洋参企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制西洋参企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制西洋参企业产销率对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制西洋参企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制西洋参企业人均销售率对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制西洋参企业亏损面对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制西洋参企业销售利润率对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制西洋参企业资金利税率对比

图表：2009年1-12月西洋参产量北京市统计

图表：2009年1-12月西洋参产量天津市统计

图表：2009年1-12月西洋参产量河北省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量内蒙古统计

图表：2009年1-12月西洋参产量辽宁省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量吉林省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量黑龙江统计

图表：2009年1-12月西洋参产量上海市统计

图表：2009年1-12月西洋参产量江苏省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量浙江省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量安徽省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量福建省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量江西省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量山东省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量河南省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量湖北省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量湖南省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量广东省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量广西区统计

图表：2009年1-12月西洋参产量海南省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量四川省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量云南省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量陕西省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量甘肃省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量青海省统计

图表：2009年1-12月西洋参产量宁夏区统计

图表：2009年1-12月西洋参产量新疆区统计

图表：2008-2010年国内生产总值及其增长速度

图表：2008-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008-2010年1月国家外汇储备

图表：2008-2010年税收收入及其增长速度

图表：2008-2010年粮食产量及其增长速度

图表：2008-2010年工业增加值及其增长速度

图表：2008-2010年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008-2010年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2008-2010年建筑业增加值及其增长速度

图表：2008-2010年固定资产投资及其增长速度

图表：2008-2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008-2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008-2010年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2008-2010年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008-2010年货物进出口总额及其增长速度
图表：2009-2010年主要商品出口数量、金额及其增长速度
图表：2009-2010年主要商品进口数量、金额及其增长速度
图表：2009-2010年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度
图表：2008-2010年货物进出口总额及其增长速度
图表：2008-2010年分行业外商直接投资及其增长速度
图表：2008-2010年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
图表：2008-2010年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
图表：2008-2010年1月电话用户数
图表：2008-2010年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度
图表：2008-2010年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度
图表：2008-2010年1月各类教育招生人数
图表：2008-2010年人口数及其构成
图表：2008-2010年农村居民村收入及其增长速度
图表：2008-2010年城镇居民可支配收入及其增长速度
图表：2009年1-12月工业生产主要指标
图表：2008-2010年1月全国居民消费价格指数
图表：2008-2010年1月工业品出厂价格指数

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201002/34557.html>