

# 2009-2012年中国IPTV 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

## 一、报告报价

《2009-2012年中国IPTV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.chinairr.org/report/R03/R0304/200907/07-23492.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

截止2008年底，全球IPTV用户总数达到了2170万，同比增长了63%。2008年IPTV的发展情况显示了大规模运营IPTV业务成为可能，尤其是在美国地区更是如此。北美地区的IPTV业务在第四季度增长了19%，比其他重点发展IPTV业务的地区要高上许多，比如南美、东亚和拉丁美洲等，这些地区在第四季度IPTV业务的增长率都低于12%。西欧、非洲和中东地区的IPTV业务也显示出强劲的增长，2008年的增长率超过了45%。这其中，法国是西欧地区最大的IPTV市场，拥有超过这一地区一半的用户数。在中国，2008年第四季度新增的宽带用户数达到了243万，使其牢牢占据全球宽带市场第二的位置。全球IPTV出货量2008年增长了6260万线，达到了4.109亿线。虽然全球经济都面临不同程度的挑战，但人们对宽带和IPTV业务的需求依旧处于上升的趋势。

近年来，通信行业的迅猛发展，3G时代的到来，加速了人们的生活节奏;上海CMMB收费，奏响移动多媒体产业的新乐章;IT技术的革新，宽带网络的普及，让愈来愈多的人们认识到三网融合的必要性与必然性。较近年来火热的CMMB而言，IPTV则相形见绌，直到前一段时间湖北黄石广电取缔IPTV，才使原本风平浪静的该领域又掀起了些许浪花。但作为三网融合的代表性业务，IPTV的处境比较尴尬，虽然IPTV的发展已经历经6个年头，每年的增长率也达到100%，但由于基数太小，总体用户的发展仍显缓慢。IPTV作为一个广为大家看好的大项目，还是要发展下去的，它的方便性、互动性与个性化能够迅速抢占传统电视的市场。目前，在我国的华东地区，IPTV已经形成了比较完整的产业链，2008年我国IPTV用户达到260万户，这其中大部分都来自华东地区，上海的IPTV用户更是以接近百分之三百的速度高速增长，成为了该领域市场的一个成功范例。不容否认，IPTV是促进三网融合的有力突破口，而华东地区的IPTV高速发展，正为三网融合提供了一个良好契机。然而全国的三网融合要从一个更高的角度来看，毕竟华东只是一个地区，其他城市绝不能盲目效仿“上海模式”。不管IPTV的今天发展进程有多么曲折，它所代表的互动终将是电视产业发展的未来，广电在逐步走向数字电视互动时代，在电信全业务竞争、固网宽带提速的背景下，随着电信的重组完成，一切迹象都预示着IPTV的发展将进入一个加速期。2009年，备受关注的《电子信息产业调整和振兴规划》正式公布，规划期为2009-2011年。《规划》明确指出，支持IPTV（网络电视）、手机电视等新兴服务业发展。建立内容、终端、传输、运营企业相互促进、共赢发展的新体系。IPTV作为产业振兴计划中新兴服务业的典型代表，出现在了国家产业调整和振兴规划中，并表明了支持的态度，这对中国目前处于政策困境中的IPTV产业无疑是一个发展契机。

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、国家商务部、国家海关总署、国家工业和信息化部、国家信息中心、中国各省电信研究院、中国经济景气监

测中心、国内外相关刊物的基础信息以及各省市通信管理局、产业研究单位等公布和提供的大量资料。从IPTV概念和特征以及国外IPTV成功发展的实践经验出发，结合目前中国IPTV市场的发展现状和特点，采取定性与定量相结合的方法对该产业未来五年内的设备市场规模、增长率、增长发展趋势及未来IPTV技术研究方向、监管政策变动方向等重要数据进行了调研和分析预测，全面总结分析了未来5年内中国IPTV市场的发展趋势。本报告是IPTV企业、移动通信运营企业以及相关企业和单位、计划投资于IPTV行业的企业了解目前中国IPTV市场发展动态，把握IPTV行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 行业发展现状

#### 第一章 IPTV概念和特征 1

##### 第一节 IPTV定义 1

###### 一、IPTV的定义 1

###### 二、IPTV的内涵 2

###### 三、IPTV关键技术 3

##### 第二节 IPTV的关键问题浅析 4

###### 一、什么是“TV” 4

###### 二、发展IPTV的好处 4

###### 三、IPTV的典型模型 6

###### 四、电信业与IPTV 7

##### 第三节 IPTV主要特点 9

###### 一、IPTV功能特点 9

###### 二、IPTV的特点及应用 10

###### 三、IPTV发展面临的问题与应对 14

##### 第四节 IPTV要点解析 16

###### 一、播出与传输 17

###### 二、接收终端 18

###### 三、运营支撑系统 19

## 第二章 IPTV技术分析 20

### 第一节 IPTV技术体系分析 20

#### 一、IPTV技术体系 20

#### 二、行业技术环境 21

#### 三、IPTV关键技术 22

### 第二节 IPTV承载网的相关技术研究 23

#### 一、IPTV对承载网的要求 23

#### 二、宽带承载网技术的现状 24

#### 三、IPTV的两大传输模式与关键协议 25

#### 四、IPTV承载网的几大主流宽带接入技术 30

## 第三章 全球IPTV行业发展现状分析 33

### 第一节 全球IPTV行业运行分析 33

#### 一、全球IPTV业务发展现状 33

#### 二、2008年全球IPTV用户发展情况 34

#### 三、2008-2009年全球IPTV市场发展分析 37

#### 四、2008-2009年全球IPTV市场需求分析 37

### 第二节 全球主要国家IPTV市场分析 38

#### 一、2008-2009年美国IPTV市场分析 38

#### 二、2008-2009年德国IPTV市场分析 39

#### 三、2008-2009年英国IPTV市场分析 40

#### 四、2008-2009年法国IPTV市场分析 41

#### 五、2008-2009年日本IPTV市场分析 42

## 第四章 我国IPTV行业发展分析 44

### 第一节 中国IPTV行业发展状况 44

#### 一、我国IPTV发展现状 44

#### 二、我国IPTV存在的发展问题及其政策原因 44

#### 三、中国的IPTV为何发展缓慢的原因 46

### 第二节 2009年IPTV行业发展机遇和挑战分析 48

#### 一、中国的IPTV的发展前景 48

#### 二、2009年IPTV行业发展机遇和挑战分析 48

## 第五章 我国IPTV市场情况分析 51

### 第一节 我国IPTV市场现状分析 51

#### 一、我国IPTV市场现状 51

#### 二、2008-2009年中国IPTV市场回顾与展望 52

### 第二节 我国IPTV产业链及其市场分析 53

#### 一、设备供应商及设备供应市场分析 54

#### 二、平台提供商及平台市场分析 55

#### 三、电信运营商及运营市场分析 55

#### 四、频道/内容运营商及内容市场分析 56

#### 五、芯片及其他技术供应商及市场分析 56

#### 六、终端厂商及终端市场分析 57

#### 七、用户及用户市场分析 57

### 第三节 IPTV市场发展特点与业务分析 58

#### 一、IPTV市场发展特点 58

#### 二、中国IPTV业务发展分析 64

### 第四节 IPTV中国市场潜力分析 68

## 第二部分 行业竞争格局

## 第六章 IPTV行业竞争格局分析 73

### 第一节 IPTV行业竞争结构分析 73

#### 一、行业内现有企业的竞争 73

#### 二、新进入者的威胁 74

#### 三、替代品的威胁 75

#### 四、供应商的讨价还价能力 75

#### 五、购买者的讨价还价能力 76

### 第二节 中国IPTV市场竞争格局分析 76

#### 一、运营商竞争格局概述 77

#### 二、内容提供商之间的竞争分析 77

#### 三、电信运营商、广电运营商的SWOT分析 78

#### 四、电信运营商与广电运营商的竞争分析 80

### 第三节 IPTV与数字电视在未来的市场竞争分析 81

#### 一、IPTV与数字电视在未来的市场竞争综述 81

- 二、IPTV与“数字电视”的异同 82
- 三、目标客户竞争分析 83
- 四、业务/内容竞争分析 84
- 五、运营系统竞争分析 85
- 六、其他影响IPTV和“数字电视”竞争的因素 86
- 七、IPTV与电视数字化平台差异化竞争分析 87

## 第七章 IPTV企业竞争策略分析 91

### 第一节 IPTV市场竞争策略分析 91

- 一、国内外IPTV市场竞争优势分析 91
- 二、国内主要IPTV设备商的竞争形式与策略分析 93
- 三、中国IPTV市场竞争策略研究 95

### 第二节 我国IPTV企业竞争策略分析 99

- 一、坚守核心主业 99
- 二、构建优质渠道 99
- 三、整合优质资源 100
- 四、提升经营能力 101
- 五、明确品牌形象 101
- 六、调整市场策略 102

## 第八章 IPTV运营商市场竞争分析 103

### 第一节 中国电信 103

- 一、企业概况 103
- 二、竞争优势分析 111
- 三、2008-2009年经营状况 112
- 四、2009-2012年发展战略 116

### 第二节 中国移动 119

- 一、企业概况 119
- 二、竞争优势分析 123
- 三、2008-2009年经营状况 124
- 四、2009-2012年发展战略 126

### 第三节 中国联通 128

#### 一、企业概况 128

#### 二、竞争优势分析 132

#### 三、2008-2009年经营状况 133

#### 四、2008-2009年公司财务分析 137

#### 五、2009-2012年发展战略 141

## 第九章 IPTV设备提供商竞争分析 142

### 第一节 华为技术有限公司 142

#### 一、企业概况 142

#### 二、竞争优势分析 150

#### 三、2008-2009年经营状况 150

#### 四、2009-2012年发展趋势与战略 152

### 第二节 中兴通讯 157

#### 一、企业概况 157

#### 二、竞争优势分析 168

#### 三、2008-2009年经营状况 170

#### 四、2008-2009年公司财务分析 172

#### 五、2009-2012年发展战略 175

### 第三节 阿尔卡特朗讯 178

#### 一、企业概况 178

#### 二、竞争优势分析 178

#### 三、2008-2009年经营状况 185

#### 四、2009-2012年发展战略 188

### 第四节 UT斯达康公司 189

#### 一、企业概况 189

#### 二、企业的产品、技术与服务 197

#### 三、竞争优势分析 200

#### 四、2008-2009年经营状况 204

#### 五、2009-2012年发展战略 206

### 第五节 西门子 208

#### 一、企业概况 208



- 二、西门子中国的发展分析 214
- 三、竞争优势分析 220
- 四、2008-2009年经营状况 221
- 五、2009-2012年发展战略 221

## 第十章 IPTV平台提供商竞争分析 224

### 第一节 上海思华科技 224

- 一、企业概况 224
- 二、竞争优势分析 224

### 第二节 北京华夏互动科技 225

- 一、企业概况 225
- 二、公司动态 225

### 第三节 经纬中天 226

- 一、企业概况 226
- 二、竞争优势分析 227
- 三、公司核心业务 229

## 第十一章 IPTV内容提供商竞争分析 233

### 第一节 上海文广 233

- 一、企业概况 233
- 二、竞争优势分析 234
- 三、2008年企业广告收入情况 234

### 第二节 上海盛大 237

- 一、企业概况 237
- 二、竞争优势分析 246
- 三、2008-2009年经营状况 246

### 第三节 北京网视 252

- 一、企业概况 252
- 二、竞争优势分析 253

### 第四节 东方网络电视 253

- 一、企业概况 253
- 二、竞争优势分析 254

## 第五节 中视网络 254

### 一、企业概况 254

### 二、竞争优势分析 255

### 三、企业IPTV业务动态 256

## 第三部分 行业前景预测

## 第十二章 IPTV行业发展趋势分析 259

### 第一节 全球IPTV发展趋势 259

#### 一、2009-2012年全球IPTV发展趋势 259

#### 二、全球IPTV标准制定趋势分析 260

#### 三、全球IPTV的业务应用及终端技术发展趋势 263

### 第二节 全球IPTV发展趋势 266

#### 一、我国IPTV发展趋势 266

#### 二、国内IPTV应用趋势 267

### 第三节 关于IPTV机顶盒现状与发展趋势的研究 268

#### 一、机顶盒的发展历程 268

#### 二、IPTV机顶盒的技术需求 269

#### 三、IPTV机顶盒的技术方案 270

#### 四、IPTV机顶盒标准化进程与发展趋势 274

#### 五、IPTV机顶盒发展前景与趋势 275

## 第十三章 未来IPTV行业发展预测 276

### 第一节 全球IPTV发展预测 276

#### 一、2009-2012年全球IPTV市场预测 276

#### 二、2009-2012年全球IPTV业务模式发展预测 277

#### 三、2012年美国IPTV用户发展预测 278

### 第二节 2009-2012年中国IPTV发展预测 279

#### 一、2009-2012年中国IPTV发展预测 279

#### 二、IPTV产业对有线数字电视发展的影响预测 280

### 第三节 我国IPTV用户发展预测 281

#### 一、2009年我国IPTV用户发展预测 281

#### 二、2010年我国IPTV用户发展预测 282

### 三、2012年我国IPTV用户发展预测 283

## 第四部分 投资战略研究

### 第十四章 IPTV行业投资环境分析 285

#### 第一节 经济发展环境分析 285

- 一、2008年我国宏观经济运行情况分析 285
- 二、2008-2009年我国宏观经济景气指数分析 304
- 三、2009年我国宏观经济发展情况分析 309
- 四、2009-2012年我国宏观经济形势分析 311

#### 第二节 政策法规环境分析 313

- 一、《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》 313
- 二、《互联网视听节目服务管理规定》 320
- 三、进一步促进我国IPTV发展的政策建议 329

#### 第三节 社会发展环境分析 330

- 一、2009年居民生活水平分析 330
- 二、2009年零售市场情况分析 340

#### 第四节 电子信息产业调整和振兴规划 341

- 一、电子信息产业现状及面临的形势 342
- 二、指导思想、基本原则和目标 342
- 三、产业调整和振兴的主要任务 344
- 四、政策主要范围与内容 347
- 五、政策措施 349
- 六、规划实施 351

### 第十五章 IPTV行业投资机遇与风险分析 352

#### 第一节 金融危机给我国企业带来的机遇分析 352

- 一、为享受调控政策带来机遇 352
- 二、为搞好战略转型带来机遇 352
- 三、为吸引国际投资带来机遇 353
- 四、为招聘高端人才带来机遇 353
- 五、为实施战略重组带来机遇 354
- 六、为降低制造成本带来机遇 354

## 第二节 2009年我国电子信息产业发展机遇与挑战 355

### 一、2009年我国电子信息产业的机遇与挑战 355

### 二、金融危机为电子产业带来的机遇 360

## 第三节 金融危机下IPTV行业发展机遇分析 362

### 一、金融危机为IPTV企业提供了并购国外企业的机会 362

### 二、金融危机导致部分经营不善的IPTV企业退出市场 363

### 三、金融危机中我国IPTV企业发展机遇分析 364

## 第四节 3G为IPTV带来投资机遇分析 364

## 第五节 IPTV企业战略规划不确定性风险分析 365

### 一、客观事件的不确定性风险 366

### 二、市场的不确定性风险 366

### 三、行业发展的不确定性风险 366

### 四、技术发展的不确定性风险 367

### 五、战略规划者的主观不确定性风险 367

### 六、执行过程的不确定性风险 368

### 七、工具方法的局限性风险 368

### 八、战略规划系统的不确定性风险 369

## 第十六章 IPTV行业投资战略研究 370

### 第一节 IPTV行业发展战略研究 370

#### 一、技术开发战略 370

#### 二、产业战略规划 373

#### 三、业务组合战略 375

#### 四、营销战略规划 378

#### 五、区域战略规划 380

#### 六、企业信息化战略规划 389

### 第二节 IPTV行业品牌战略分析 391

#### 一、品牌的基本含义 391

#### 二、品牌战略在企业发展中的重要性 391

#### 三、IPTV品牌的特性和作用 392

#### 四、IPTV品牌的价值战略 393

#### 五、我国IPTV品牌竞争趋势 393

六、IPTV企业品牌发展战略	394
七、IPTV行业品牌竞争策略	395
第三节 IPTV企业经营管理策略	396
一、企业经营策略综述	396
二、企业产品经营策略	397
三、企业渠道经营策略	398
四、企业并购策略分析	399
五、经济危机下企业经营管理策略	401
第四节 我国电子信息产业应对金融危机策略	403
第五节 国内IPTV发展模式与发展策略	405
一、国内IPTV模式分析	405
二、中国特色IPTV发展策略	407
第六节 IPTV行业投资战略研究	411
一、2009年我国IPTV行业投资形势分析	411
二、IPTV行业投资战略	415

## 图表目录

图表：典型IPTV业务组成	6
图表：IPTV厂商所面临的外部环境	22
图表：2006-2008年我国IPTV用户规模发展情况	49
图表：IPTV产业链示意图	54
图表：IPTV领域广电和电信的博弈矩阵	58
图表：广电运营商的SWOT分析	79
图表：电信运营商的SWOT分析	80
图表：2009年1季度中国电信公司财务数据	115
图表：2009年1季度中国电信公司业务数据	116
图表：2008年下半年中国联合通信股份有限公司主营构成	137
图表：2008-2009年中国联合通信股份有限公司每股指标	138
图表：2008-2009年中国联合通信股份有限公司获利能力	138
图表：2008-2009年中国联合通信股份有限公司经营能力	138
图表：2008-2009年中国联合通信股份有限公司偿债能力	139

图表：2008-2009年中国联合通信股份有限公司资本结构 139

图表：2008-2009年中国联合通信股份有限公司发展能力 139

图表：2008-2009年中国联合通信股份有限公司现金流量 139

图表：2008-2009年中国联合通信股份有限公司主营业务收入 140

图表：2008-2009年中国联合通信股份有限公司主营业务利润 140

图表：2008-2009年中国联合通信股份有限公司营业利润 140

图表：2008-2009年中国联合通信股份有限公司利润总额 141

图表：2008-2009年中国联合通信股份有限公司净利润 141

图表：华为业务领域 143

图表：2002-2007年华为经营业绩 143

图表：华为公司业务发展客户需求 154

图表：未来3-5年华为公司的网络逻辑架构图 155

图表：中兴通讯中国区域营销网络 159

图表：2005-2009年中兴通讯财务发展及预测 159

图表：2007-2010年中兴通讯CDMA业务收入预测 160

图表：2007-2010年中兴通讯GSM业务收入预测 160

图表：2005-2009年中兴通讯主营业务收入及预测结果 161

图表：2004-2008年中兴通讯利润分配表 161

图表：2005-2008年中兴通讯资产负债表分析及预测 162

图表：2005-2011年中兴通讯国内业务市场份额分析与预测 162

图表：2007-2011年中兴通讯未来国内收入分析与预测 163

图表：2006-2011年中兴通讯国际业务收入增长趋势分析与预测 163

图表：2005-2011年中兴通讯海外业务收入分析与预测 163

图表：2001-2011年中兴通讯收入分析与预测 164

图表：2001-2010年中兴通讯未来EPS分析与预测 164

图表：中兴通讯国际市场分析 164

图表：2007年无线通信设备合同个数占比 165

图表：2004-2011年全球移动网络合同销售额分析与预测 165

图表：2001-2014年中兴通讯销售增长率分析与预测 165

图表：2004-2009年中兴通讯销售收入分析与预测 166

图表：2004-2009年中兴通讯销售收入构成 166

图表：2004-2011年中兴通讯无线系统设备销售构成 166

图表：2004-2009年中兴通讯毛利率情况分析与预测 167

图表：2006-2009年中兴通讯利润分析与预测 167

图表：2006-2009年中兴通讯资产负债表分析与预测 168

图表：2008年下半年中兴通讯股份有限公司主营构成 172

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司每股指标 172

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司获利能力 172

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司经营能力 173

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司偿债能力 173

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司资本结构 173

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司发展能力 173

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司现金流量 174

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司主营业务收入 174

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司主营业务利润 174

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司营业利润 175

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司利润总额 175

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司净利润 175

图表：上海贝尔阿尔卡特流媒体解决方案 183

图表：2009年阿尔卡特朗讯公司第一季度关注要点 185

图表：2008年4季度盛大公司财务报告摘要（未审计） 249

图表：2008年全年盛大公司合并财务报告摘要（未审计） 250

图表：2008-2009年盛大公司利润表 252

图表：2009-2011年中国有线数字电视用户规模发展趋势预测 280

图表：2008年1-4季度国内生产总值 286

图表：2004-2008年国内生产总值增长趋势图 286

图表：2000-2008年城镇固定资产投资名义增速及实际增速 287

图表：2006-2008年我国出口累计同比增速对比 287

图表：2008年2-11月我国CPI情况 289

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 289

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 290

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 290

图表：2007年6月-2008年我国轻重工业增加值情况 291

图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 291

图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 291

图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 292

图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 292

图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 292

图表：2008年9月15日金融机构人民币存款利率表 293

图表：2008年9月15日金融机构人民币贷款利率表 294

图表：2008年10月9日金融机构人民币存款利率表 294

图表：2008年10月9日金融机构人民币贷款利率表 295

图表：2008年10月30日金融机构人民币存款利率表 295

图表：2008年10月30日金融机构人民币贷款利率表 296

图表：1996-2008年10月我国期存贷款基准利率走势 296

图表：2008年11月27日金融机构人民币存款利率表 297

图表：2008年11月27日金融机构人民币贷款利率表 297

图表：2008年12月23日金融机构人民币存款利率表 298

图表：2008年12月23日金融机构人民币贷款利率表 299

图表：2008年我国月度进、出口值及增速走势图 300

图表：2008年我国对主要贸易伙伴进出口总值表 300

图表：2008年12月我国进出口总值简要情况表 300

图表：2008年12月我国前十位出口市场 301

图表：2008年12月我国前十位进口来源地 301

图表：2008年12月我国进出口贸易方式情况 302

图表：2008年12月我国进出口企业性质及其总值情况 303

图表：2008年我国月度进出口总值情况 303

图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 304

图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 304

图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 304

图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 304

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 304

图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 305

图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 305

图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 305

图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 305



图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 305

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 306

图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 306

图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 306

图表：2008年1季度我国企业景气指数 306

图表：2008年2季度我国企业景气指数 306

图表：2008年3季度我国企业景气指数 307

图表：2008年4季度我国企业景气指数 307

图表：2009年2月我国宏观经济景气指数 308

图表：2009年3月我国宏观经济景气指数 309

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 331

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 332

图表：2009年1月我国消费者信心指数 332

图表：2009年2月我国消费者信心指数 333

图表：2009年3月我国消费者信心指数 333

图表：2009年4月我国消费者信心指数 334

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（一） 334

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（二） 334

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（三） 335

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（四） 335

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（五） 335

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（一） 335

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（二） 336

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（三） 336

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（四） 336

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（五） 336

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（一） 337

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（二） 337

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（三） 337

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（四） 337

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（五） 338

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（一） 338

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（二） 338

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（三） 338

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（四） 339

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（五） 339

图表：2009年1月我国社会消费品零售总额情况 340

图表：2009年2月我国社会消费品零售总额情况 340

图表：2009年3月我国社会消费品零售总额情况 341

图表：2009年4月我国社会消费品零售总额情况 341

图表：区域发展战略咨询流程图 386

图表：区域SWOT战略分析图 388

图表：企业经营策略层次分析 397

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0304/200907/07-23492.html>