

图书基本信息

书名：<<中国消费品市场监测与分析报告2008>>

13位ISBN编号：9787501784899

10位ISBN编号：7501784892

出版时间：2008-6

出版时间：中国经济出版社

作者：马龙龙，李智 主编

页数：212

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

内容概要

本书共分为十章，分别是：第一章 中国消费品市场形势分析与预测；第二章 中国食品市场监测与分析报告；第三章 中国服装市场监测与分析报告；第四章 中国家用电器市场监测与分析报告；第五章 中国医药市场监测与分析报告；第六章 中国家具建材市场监测与分析报告；第七章 中国日化用品市场监测与分析报告；第八章 中国IT消费品市场监测与分析报告；第九章 中国汽车市场监测与分析报告；第十章 中国文体用品市场监测与分析报告。

书籍目录

第一章 中国消费品市场形势分析与预测 一、2007年中国消费品市场销售状况分析 二、2007年中国消费品市场需求状况分析 (一)居民收入水平 (二)居民消费倾向 (三)居民消费信心 (四)居民消费结构 (五)居民消费行为 三、2007年中国消费品市场供给状况分析 (一)商品供给 (二)商品质量 (三)商品品牌 (四)商品渠道 四、2007年中国消费品市场价格走势分析 (一)价格动力机制—合力突破 (二)价格阻力机制—名存实亡 五、2008年中国消费品市场发展预测

第二章 中国食品市场监测与分析报告 一、2007年中国食品市场全景分析 二、2007年中国食品市场分类监测 (一)粮食市场 (二)植物油市场 (三)禽畜产品市场 (四)水果、蔬菜市场 (五)水产市场 (六)奶制品市场 三、2008年中国食品市场发展预测

第三章 中国服装市场监测与分析报告 一、2007年中国服装市场全景分析 (一)中国服装市场供给分析 (二)中国服装市场需求分析 (三)中国服装市场价格分析 (四)中国服装市场销售特点 (五)影响2007年中国服装市场的重大事件 二、2007年中国服装市场分类监测 (一)女装市场 (二)童装市场 (三)男装市场 (四)休闲服市场 (五)冬季应季服装市场 (六)针织内衣裤市场 三、2008年中国服装市场发展预测

第四章 中国家用电器市场监测与分析报告 一、2007年中国家用电器市场全景分析 (一)供给状况 (二)需求状况 (三)价格走势 二、2007年中国家用电器市场分类监测 (一)彩电市场 (二)电冰箱市场 (三)空调市场 (四)洗衣机市场 (五)厨卫小家电 三、2008年中国家电电器市场发展预测

第五章 中国医药市场监测与分析报告 一、2007年中国医药市场全景分析 (一)医药市场供给状况分析 (二)医药市场需求状况分析 (三)医药市场价格状况分析 二、2007年中国医药市场分类监测 (一)药品市场 (二)保健品市场 (三)医疗器械市场 三、2008年中国医药市场发展预测

第六章 中国家具建材市场监测与分析报告 一、2007年中国家具建材市场全景分析 二、2007年中国家具建材市场分类监测 (一)家具市场 (二)建材市场 三、2008年中国家具建材市场发展预测

第七章 中国日化用品市场监测与分析报告 一、2007年中国日化用品市场全景分析 (一)供给状况 (二)需求状况 (三)销售状况 (四)价格走势 二、2007年中国日化用品市场分类监测 (一)化妆品市场 (二)家居洗涤用品市场 (三)口腔清洁用品市场 三、2008年中国日化用品市场发展预测

第八章 中国IT消费品市场监测与分析报告 一、2007年中国IT消费品市场全景分析 (一)供给状况 (二)需求状况 (三)价格走势 (四)影响2007年中国IT消费品市场的大事件 二、2007年中国IT消费品市场分类监测 (一)台式机市场 (二)笔记本电脑市场 (三)手机市场 (四)数码相机市场 三、2008年中国IT消费品市场发展预测

第九章 中国汽车市场监测与分析报告 一、2007年中国汽车市场全景分析 (一)汽车供给状况分析 (二)汽车需求与销售状况分析 (三)汽车价格走势分析 (四)影响2007年中国汽车市场大事件 二、2007年中国汽车市场分类监测 (一)乘用车市场 (二)摩托车市场 三、2008年中国汽车市场发展预测

第十章 中国文体用品市场监测与分析报告 一、2007年中国文体用品市场全景分析 (一)文体用品供给状况分析 (二)文体用品需求与销售状况分析 (三)文体用品价格走势分析 (四)影响2007年中国文体用品市场重要事件 二、2007年中国文体用品市场分类监测 (一)文化办公用品市场 (二)体育用品市场 (三)玩具市场 (四)乐器市场 三、2008年中国文体用品市场发展预测后记

章节摘录

第一章 中国消费品市场形势分析与预测 2007年是中国经济的丰收年，也是中国经济发展处于“十字路口”的决策年。

高达11.5%的GDP增速，诱发了防止经济增长由偏快转为过热的宏观调控目标；突破5万亿元大关的财政收入，引起了优化财政支出结构、加大民生投入力度的政策取向；全国粮食产量超过1万亿斤，连续4年增产丰收，却依然无法改变我国农业基础薄弱的局面，农产品价格上涨对物价上涨的推动力仍未消除；主要污染物首次“双下降”，但节能减排与经济增长之间的消长矛盾已有所凸显；全年CPI涨幅高达4.8%，连续10轮加息（存款利息）提率（法定存款准备金率）无法有效抑制通胀压力；人民币对美元升值超过6%，而贸易顺差却扩大了47.5%，同时还连续12年成为全球遭受反倾销调查最多的国家；全年新增城镇就业人数1200万，创下实施积极就业政策以来最好水平，为居民增收奠定了坚实的收入来源基础；全年新增A股账户超过3700万户，约是2006年的12.9倍，见证了中国证券市场的繁荣，也印证了中国投资者对中国经济的信心。

2007年，高价格涨幅贯穿全年预示着经济热度的全面升温，居民收入提高扩大了消费需求，GDP增长释放了供给能力，财政收入和净出口增加则体现了我国利用政府政策和国际市场能力的提升。在内外经济因素全面拉动之下，2007年我国消费品市场也迎来了新的发展机遇，进入了新的发展周期，需求、供给和销售状况保持了稳步快速的发展势头，推动多项规模指标再创新高。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>