

2009-2012年中国数码相机行业投资分析及深度研究咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年中国数码相机行业投资分析及深度研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shuma/5897858978.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7500元 电子和纸介版: 8000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

内容简介

2009-2010年，随着全球经济发展和人们生活水平的提高，照相器材在总体上主要呈现以下发展趋势：从全球来说，应人们文化生活不断提升的要求和人们追求休闲化趋势及数字信息技术带给人们越来越多的方便，照相机已成为人们日常生活中必不可少的一个“家用电器”，并且照相机与PC或电视机之间将逐渐实现信息互换。目前数码相机已经可以直接与其他电器链接，传统相机则可通过扫描仪等输入设备进行转化。同时，家电操作日趋简单化，在家电行业领先世界潮流的日本，最近出现了新的家电“四大件”，已经不是传统意义上的单件，而是一个系统：一个是信息化的视像音响系统，将电视、电脑、音响、录像、VCD、电话、照相机等联成一体，并联入网络中，功能多而全。照相机正由传统相机向数码相机发展。同时传统相机还将在长期内在专业领域具有相当广阔的市场，虽然最终必将会被数码相机完全取代而进入博物馆，但二者在长期内还将共生共存。无论是传统相机还是数码相机，其价格将不断下降。数码相机由于目前用户主要是商业用户，民用用户由于价格的限制其市场尚未完全启动，因此价格下降是不可避免的趋势；传统相机数十年来价格总体上就呈下降趋势，由于数码相机的冲击，其价格下降将会更快。

2009及未来5年中国数码相机市场步入平稳发展阶段，2009年销量将超过1200万台，到2013年，销量将突破1600万台，年均复合增长率9.7%左右。2010年，数码单反相机在冲击100万台销量。得益于数码单反相机的价格走低势头和用户对专业级相机市场的强劲需求，未来数码单反相机市场将在厂商不断提供市场供给和成本降低的基础上，数码单反相机将呈现快速的增长势头，并有望在2010年销量超过100万台。2009及未来5年中国数码相机市场的价格跌破将2000元。高清、高像素、时尚将继续成为数码相机市场消费者关注的热点。2009及未来5年中国数码相机市场竞争格局重新演变。产品结构变动孕育着机遇与挑战，数码相机市场进入新一轮洗牌阶段。价格与品牌将成为竞争的杀手锏，厂商竞争格局可能发生较大变化。2009及未来5年中国数码相机区域市场两极发展。区域需求不平衡，数码单反相机市场继续呈现“强者愈强”的马太效应，消费级数码相机在中小城镇的渗透力进一步增强。2009及未来5年中国数码相机产品面向两级化发展。未来数码相机产品面向两极化，很多产品越来越集中在专业市场领域，另外一块越来越多集中在大众市场领域。数码相机用户群体在细分中进一步分化，消费级用户和专业级用户的需求差异愈加明显。消费级数码相机用户需求日益多元化和大众化；而技术导向依然是专业级数码相机用户采购的主要特征。

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、国家轻工业局、中国光学学会、国内外数百种相关刊物杂志的基础信息以及数码相机行业专业研究单位等公布和提供的大量数据，对国际国内数码相机行业发展现状、市场供需情况以及行业未来发展趋势等进行了分析；对数码相机关联行业以及消费者行为做了深入探讨，重点分析了数码照相机市场的现状与发展趋势，并对数码相机行业优势企业做了

透彻研究。报告还对我国数码相机目前的竞争格局进行了专项分析。分析明确了其在发展过程中的优势和劣势，提出了我国数码相机行业现存的一些主要问题。本报告是数码相机生产企业、科研单位、数码相机零售企业等机构和单位准确了解目前数码相机行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 行业发展现状分析

第一章 数码相机市场基本概况分析 1

第一节 数码相机行业定义与分类 1

一、行业定义 1

二、行业分类 1

第二节 数码相机产品特性 2

一、特定功能和相对专一的用途 3

二、附加值高 3

三、技术密集度高 4

四、应用范围广泛 4

第二章 全球数码相机市场分析 5

第一节 全球数码相机市场概况 5

一、全球数码相机市场增长率分析 5

二、2009年全球市场数码相机销量预测 6

三、2009-2011年全球相机市场发展趋势 6

第二节 主要数码相机生产国市场分析 7

一、日本市场发展现状 7

二、德国市场现状 8

三、俄罗斯市场现状 13

第三章 中国数码相机行业发展概况 15

第一节 中国照相器材行业发展历程 15

一、中国照相器材行业发展历程 15

二、中国传统照相机工业的发展 22

三、中国数码照相机工业的发展 31

四、中国照相器材行业发展特点 35

第二节 2008-2009年照相机产量分析 37

一、2008年照相机产量 37

二、2009年照相机产量 41

第三节 数码相机销售模式现状 43

一、照相器材销售模式及其变化 43

二、电子商务对照相器材销售的影响 44

第二部分 市场发展现状分析

第四章 2009年数码相机行业经济运行分析 47

第一节 2009年照相机市场经济指标分析 47

一、2008年照相机及器材制造销售收入前十家企业 47

二、2009年1-4月照相机及器材制造主要经济指标分析 48

第二节 2009年我国照相机及器材制造绩效分析 76

一、2009年行业产销情况 76

二、2009年行业规模 88

三、2009年行业盈利能力 93

四、2009年行业经营发展能力 103

五、2009年行业偿债能力 113

第五章 中国数码相机市场发展分析 117

第一节 中国照相机进出口分析 117

一、2008年我国照相机及其零部件出口简况 117

二、进口照相机市场管理办法（修正） 117

第二节 2008年中国数码相机市场用户调查研究 122

一、用户特征概括 122

二、用户特征研究 125

三、用户上网行为研究 144

四、主流品牌用户特征研究 146

第三节 2008-2009年中国数码相机市场分析 157

一、2008年中国数码相机消费市场分析 157

二、2009年1-4月数码相机市场运行分析 161

三、2009年中国数码相机市场规模预测 186

四、2009年数码相机市场发展趋势 187

五、2009年数码相机发展热点预测 189

第六章 数码相机关联产业分析 194

第一节 照相机综述 194

一、银盐相机的结构 194

二、照相机的种类 195

第二节 镜头 199

一、数码相机镜头的类型和发展概况 199

二、镜头市场发展动向 202

第三节 其他关联产业 204

一、三角架 204

二、闪光灯 204

三、滤镜 205

四、其他附件 205

第三部分 竞争格局及优势企业分析

第七章 数码相机行业竞争格局 207

第一节 领先者市场竞争策略 207

一、维护高质量形象 207

二、扩大市场需求总量 207

三、保护市场份额 208

四、扩大市场份额 208

第二节 挑战者市场竞争策略 209

一、正面进攻 209

二、侧翼攻击 209

三、包围进攻 209

四、迂回攻击 210

五、游击战 210

第三节 数码相机竞争分析 210

一、2008-2009年数码相机竞争格局 210

二、数码相机与手机相机的竞争格局分析 214

第八章 数码相机行业主要外资企业分析 216

第一节 佳能株式会社 216

一、佳能公司概况 216

二、2008财年公司财务状况 220

三、2009年公司动态 221

第二节 索尼公司 221

一、公司概况 221

二、2008财年公司财务状况 224

三、2009年公司动态 225

第三节 尼康公司 227

一、公司概况 227

二、2008财年公司财务状况 228

三、2009年公司动态 229

第四节 奥林巴斯光学工业株式会社 230

一、公司概况 230

二、2008财年公司财务状况	235
三、2009年公司动态	236
第五节 富士胶卷株式会社	238
一、公司概况	238
二、富士胶片模拟模式	239
三、2008财年公司财务状况	241
第六节 柯达公司	244
一、公司概况	244
二、2008年财年公司经营状况	246
三、2009年公司经营状况	247
第九章 数码相机行业国内主要企业分析	248
第一节 凤凰光学仪器集团公司	248
一、公司概况	248
二、2008-2009年公司经营情况	250
三、2009年公司动态	255
第二节 中国乐凯胶片集团	255
一、公司概况	255
二、公司管理及战略分析	256
三、2008-2009年公司经营状况	260
四、2009年公司动态	268
第三节 北京华旗资讯数码科技发展有限公司	269
一、公司概况	269
二、爱国者独辟巧径的奥运营销策略分析	272
第四节 上海海鸥照相机有限公司	277
第四部分 行业发展趋势分析	
第十章 2009-2013年数码相机市场发展趋势	279
第一节 2009-2010年数码相机市场发展趋势	279
一、照相器材的总体发展趋势	279
二、2009-2010年数码相机产品发展预测	280
三、2009-2010年数码图像传感器技术预测	280
第二节 2009-2013年数码相机行业发展预测	281
一、2009-2013年数码相机增长率预测	281
二、2009-2013年数码单反相机销量预测	281
三、2009-2013年数码相机价格预测	282
四、2009-2013年数码相机市场竞争格局预测	282

五、2009-2013年数码相机区域市场发展预测 282

六、2009-2013年数码相机产品发展预测 282

第五部分 行业投资分析

第十一章 我国数码相机行业投资环境分析 283

第一节 中国数码相机行业经济环境分析 283

一、2008年宏观经济发展情况分析 283

二、2008-2009年居民消费价格分类指数分析 300

三、2009年我国宏观经济运行分析 308

四、2009-2010年中国经济增长分析预测 324

第二节 中国数码相机行业社会环境分析 329

一、2009年全国居民收入情况分析 329

二、2009年全国社会消费品零售总额 330

三、2009年全国居民消费价格分析 330

第三节 中国数码相机行业政策环境分析 335

一、零关税影响分析 335

二、中国照相机行业自律公约 338

第十二章 2009-2012年数码相机业投资分析 341

第一节 数码相机投资特性 341

一、投资效率高 341

二、利润率高 341

三、行业进入障碍 341

四、行业成长性 341

第二节 2009-2012年我国数码相机企业发展策略 342

一、坚守核心主业 342

二、构建优质渠道 342

三、整合优质资源 343

四、提升经营能力 344

五、明确品牌形象 344

六、调整市场策略 345

图表目录：

图表：常用照相器材分类表 2

图表：主要照相器材行业属性 3

图表：2001-2010年全球数码相机销量走势图 5

图表：2006-2010年世界相机市场预测 7

图表：2008年2-4月照相机产量全国合计 37

- 图表：2008年2-4月照相机产量北京市合计 38
- 图表：2008年2-4月照相机产量天津市合计 38
- 图表：2008年2-4月照相机产量上海市合计 39
- 图表：2008年2-4月照相机产量江苏省合计 39
- 图表：2008年2-4月照相机产量浙江省合计 39
- 图表：2008年2-4月照相机产量福建省合计 40
- 图表：2008年2-4月照相机产量江西省合计 40
- 图表：2008年2-4月照相机产量湖北省合计 41
- 图表：2008年2-4月照相机产量广东省合计 41
- 图表：2009年2-4月照相机产量全国合计 41
- 图表：2009年2-4月照相机产量北京市合计 42
- 图表：2009年2-4月照相机产量天津市合计 42
- 图表：2009年2-4月照相机产量上海市合计 42
- 图表：2009年2-4月照相机产量江苏省合计 42
- 图表：2009年2-4月照相机产量浙江省合计 42
- 图表：2009年2-4月照相机产量福建省合计 43
- 图表：2009年2-4月照相机产量江西省合计 43
- 图表：2009年2-4月照相机产量湖北省合计 43
- 图表：2009年2-4月照相机产量广东省合计 43
- 图表：2008年2月照相机及器材制造销售收入前十家企业 47
- 图表：2008年5月照相机及器材制造销售收入前十家企业 47
- 图表：2008年8月照相机及器材制造销售收入前十家企业 48
- 图表：2008年11月照相机及器材制造销售收入前十家企业 48
- 图表：2009年1-4月照相机及器材制造主要经济指标全国合计 48
- 图表：2009年1-4月照相机及器材制造主要经济指标北京市合计 51
- 图表：2009年1-4月照相机及器材制造主要经济指标天津市合计 53
- 图表：2009年1-4月照相机及器材制造主要经济指标辽宁省合计 55
- 图表：2009年1-4月照相机及器材制造主要经济指标上海市合计 58
- 图表：2009年1-4月照相机及器材制造主要经济指标江苏省合计 60
- 图表：2009年1-4月照相机及器材制造主要经济指标浙江省合计 62
- 图表：2009年1-4月照相机及器材制造主要经济指标福建省合计 65
- 图表：2009年1-4月照相机及器材制造主要经济指标江西省合计 67
- 图表：2009年1-4月照相机及器材制造主要经济指标湖北省合计 69
- 图表：2009年1-4月照相机及器材制造主要经济指标广东省合计 72
- 图表：2009年1-4月照相机及器材制造主要经济指标四川省合计 74

- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造累计产成品 76
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造累计产成品比上年同期增长 77
- 图表：2009年1-4月全国各省市照相机及器材制造新产品产值 78
- 图表：2009年1-4月全国各省市照相机及器材制造新产品产值比上年同期增长 79
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造主营业务收入 80
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造主营业务收入比上年同期增长 81
- 图表：2009年1-3月全国各省市照相机及器材制造累计工业总产值（当年价格） 82
- 图表：2009年1-3月全国各省市照相机及器材制造工业累计总产值比上年同期增长（当年价格） 83
- 图表：2009年1-4月全国各省市照相机及器材制造累计工业销售产值 84
- 图表：2009年1-4月全国各省市照相机及器材制造累计工业销售产值比上年同期增长 85
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造主营业务成本 86
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造主营业务成本比上年同期增长 87
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造全部从业人数平均个数 88
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造全部从业人数平均比上年同期增长 89
- 图表：2009年1-4月全国各省市照相机及器材制造累计企业单位数 90
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造累计亏损企业单位数 91
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造累计亏损企业单位数比上年同期增长 92
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造资产总计 93
- 图表：2009年1-2月全国各省市结构性金属制品资产总计比上年同期增长 94
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造利润总额 95
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造利润总额比上年同期增长 96
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造累计亏损企业亏损总额 97
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造累计亏损企业亏损总额比上年同期增长 98
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造负债合计 99
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造负债合计比上年同期增长 100
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造流动资产净值平均余额 101
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造流动资产净值平均余额比上年同期增长 102
- 图表：2009年1-4月全国各省市照相机及器材制造出口交货值 103
- 图表：2009年1-4月全国各省市照相机及器材制造出口交货值比上年同期增长 104
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造主营业务税金及附加 105
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造主营业务税金及附加比上年同期增长 106
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造管理费用 107
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造管理费用比上年同期增长 108

- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造财务费用 109
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造财务费用比上年同期增长 110
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造利息支出 111
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造利息支出比上年同期增长 112
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造应收帐款净额 113
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造应收帐款净额比上年同期增长 114
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造营业费用 115
- 图表：2009年1-2月全国各省市照相机及器材制造营业费用比上年同期增长 116
- 图表：2008年中国数码相机用户性别分布 125
- 图表：2008年中国数码相机用户年龄分布 126
- 图表：2008年中国数码相机用户所在区域分布 127
- 图表：2008年中国数码相机用户婚姻状况分布 128
- 图表：2008年中国数码相机用户个人月收入分布 129
- 图表：2008年中国数码相机用户家庭月收入分布 130
- 图表：2008年中国数码相机用户受教育程度分布 131
- 图表：2008年中国数码相机用户所在行业分布 132
- 图表：2008年中国数码相机用户所在单位人员规模分布 133
- 图表：2008年中国数码相机用户所在单位年产值规模分布 134
- 图表：2008年中国数码相机用户兴趣爱好分布--音乐 135
- 图表：2008年中国数码相机用户兴趣爱好分布--电影 136
- 图表：2008年中国数码相机用户兴趣爱好分布--电视 137
- 图表：2008年中国数码相机用户兴趣爱好分布--游戏 138
- 图表：2008年中国数码相机用户兴趣爱好分布--阅读 139
- 图表：2008年中国数码相机用户兴趣爱好分布--艺术 140
- 图表：2008年中国数码相机用户兴趣爱好分布--体育 141
- 图表：2008年中国数码相机用户兴趣爱好分布--购物 142
- 图表：2008年中国数码相机用户兴趣爱好分布--旅游出行 143
- 图表：2008年中国数码相机用户兴趣爱好分布--路线信息 143
- 图表：2008年中国数码相机用户上网地点分布 144
- 图表：2008年对中国数码相机用户最具吸引力的广告形式分布 145
- 图表：2008年主流品牌数码相机用户年龄分布 146
- 图表：2008年主流品牌数码相机用个人月收入分布对比 147
- 图表：2008年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--音乐 149
- 图表：2008年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--电影 150
- 图表：2008年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--电视 151

- 图表：2008年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--游戏 152
- 图表：2008年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--阅读 153
- 图表：2008年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--艺术 154
- 图表：2008年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--体育 155
- 图表：2008年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--购物 156
- 图表：2008年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--旅游出行 157
- 图表：2008年高像素数码相机对比 161
- 图表：2008年12月-2009年1月消费相机市场价格指数走势对比 162
- 图表：2009年1月消费数码相机市场均价走势 162
- 图表：2008年12月-2009年1月单反相机市场价格指数走势对比 163
- 图表：2009年1月单反数码相机市场均价走势 164
- 图表：2009年1月主流消费数码相机厂商产品均价对比 164
- 图表：2009年1月主流单反数码相机厂商产品均价对比 165
- 图表：2009年2月中国数码相机市场最受用户关注的十大品牌 166
- 图表：2009年1-2月中国数码相机市场最受用户关注的十大品牌排名 167
- 图表：2009年2月中国消费数码相机市场最受用户关注的十大品牌 167
- 图表：2009年1-2月中国消费数码相机市场最受用户关注的十大品牌排名 168
- 图表：2009年2月中国单反数码相机市场最受用户关注的八大品牌 168
- 图表：2009年1-2月中国单反数码相机市场最受用户关注的八大品牌排名 169
- 图表：2009年1月-2月中国卡片机市场关注比例对比 169
- 图表：2009年1月-2月中国长焦机市场关注比例对比 170
- 图表：2009年1月-2月中国广角机市场关注比例对比 170
- 图表：2009年1月-2月不同价位消费数码相机关注比例走势 171
- 图表：2009年1月-2月不同价位单反数码相机关注比例走势 172
- 图表：2009年3月中国市场最受关注的十大数码相机品牌 172
- 图表：2009年2-3月中国市场最受关注的十大数码相机品牌排名 173
- 图表：2009年3月中国市场最受关注的十大消费数码相机品牌 174
- 图表：2009年2-3月中国市场最受关注的十大消费数码相机品牌排名 174
- 图表：2009年3月中国市场最受关注的九大单反数码相机品牌 175
- 图表：2009年2-3月中国市场最受关注的九大单反数码相机品牌排名 175
- 图表：2009年2月-3月中国卡片机市场关注比例对比 176
- 图表：2009年2月-3月中国长焦机市场关注比例对比 177
- 图表：2009年2月-3月中国广角机市场关注比例对比 177
- 图表：2009年2月-3月不同价位消费数码相机关注比例对比 178
- 图表：2009年2月-3月不同价位单反数码相机关注比例对比 179

- 图表：2009年4月中国市场最受关注的十大数码相机品牌 179
- 图表：2009年3-4月中国市场最受关注的十大数码相机品牌 180
- 图表：2009年4月中国市场最受关注的十大消费数码相机品牌 180
- 图表：2009年3-4月中国市场最受关注的十大消费数码相机品牌排名 181
- 图表：2009年4月中国市场最受关注的九大单反数码相机品牌 181
- 图表：2009年3-4月中国市场最受关注的九大单反数码相机品牌排名 182
- 图表：2009年3月-4月中国卡片机市场关注比例对比 183
- 图表：2009年3月-4月中国长焦机市场关注比例对比 183
- 图表：2009年3月-4月中国广角机市场关注比例对比 184
- 图表：2009年3月-4月不同价位消费数码相机关注比例对比 185
- 图表：2009年3月-4月不同价位单反数码相机关注比例对比 185
- 图表：2009-2011年中国数码相机销售量预测 189
- 图表：2009年1-4月上市及即将上市的广角数码相机数量走势 190
- 图表：2009年1-4月上市及即将上市的高清摄像数码相机数量走势 191
- 图表：2009年1-4月中国市场旋转屏数码相机数量走势 192
- 图表：常见照相机及性能简介 197
- 图表：各类非常用照相机及性能简介 198
- 图表：2008年中国消费者MP4品牌满意度统计 211
- 图表：2008年中国消费者数码相机品牌拥有度统计 212
- 图表：2008年中国消费者数码相机品牌预购度统计 213
- 图表：2008年4月1日-2009年3月31日索尼公司财务数据 225
- 图表：奥林巴斯组织结构图 234
- 图表：2008年凤凰光学股份有限公司主营收入季度分布图 250
- 图表：2008年凤凰光学股份有限公司主营收入季度分布图 250
- 图表：2008年凤凰光学股份有限公司利润总额构成 251
- 图表：2008年2、4季度凤凰光学股份有限公司主营构成表 251
- 图表：2008-2009年1季度凤凰光学股份有限公司每股指标 252
- 图表：2008-2009年1季度凤凰光学股份有限公司获利能力表 252
- 图表：2008-2009年1季度凤凰光学股份有限公司经营能力表 252
- 图表：2008-2009年1季度凤凰光学股份有限公司偿债能力表 252
- 图表：2008-2009年1季度凤凰光学股份有限公司资本结构表 253
- 图表：2008-2009年1季度凤凰光学股份有限公司发展能力表 253
- 图表：2008-2009年1季度凤凰光学股份有限公司现金流量分析表 253
- 图表：2008-2009年1季度凤凰光学股份有限公司利润分配表 254
- 图表：2008年乐凯胶片股份有限公司主营业务分行业、产品情况 260

- 图表：2008年乐凯胶片股份有限公司主营业务分地区情况 260
- 图表：2008年乐凯胶片股份有限公司合并资产负债表 261
- 图表：2008年乐凯胶片股份有限公司资产负债表 261
- 图表：2008年乐凯胶片股份有限公司合并利润表 262
- 图表：2008年乐凯胶片股份有限公司利润表 262
- 图表：2008年乐凯胶片股份有限公司现金流量表 263
- 图表：2008年乐凯胶片股份有限公司主营收入季度分布图 263
- 图表：2008年乐凯胶片股份有限公司利润总额构成 264
- 图表：2008年2、4季度乐凯胶片股份有限公司主营构成表 264
- 图表：2008-2009年1季度乐凯胶片股份有限公司每股指标 265
- 图表：2008-2009年1季度乐凯胶片股份有限公司获利能力表 265
- 图表：2008-2009年1季度乐凯胶片股份有限公司经营能力表 265
- 图表：2008-2009年1季度乐凯胶片股份有限公司偿债能力表 265
- 图表：2008-2009年1季度乐凯胶片股份有限公司资本结构表 266
- 图表：2008-2009年1季度乐凯胶片股份有限公司发展能力表 266
- 图表：2008-2009年1季度乐凯胶片股份有限公司现金流量分析表 266
- 图表：2008-2009年1季度乐凯胶片股份有限公司利润分配表 267
- 图表：北京华旗资讯数码科技有限公司销售网络 272
- 图表：2008年1-4季度国内生产总值 283
- 图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度 284
- 图表：2004-2008年居民消费价格指数涨跌幅度 284
- 图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度 285
- 图表：2004-2008年年末国家外汇储备 285
- 图表：2004-2008年税收收入及其增长速度 286
- 图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度 287
- 图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度 288
- 图表：2008年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度 289
- 图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度 290
- 图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度 290
- 图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 291
- 图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力 292
- 图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况 292
- 图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度 293
- 图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 294
- 图表：2008年货物进出口总额及其增长速度 294

- 图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度 295
- 图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度 295
- 图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 296
- 图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度 296
- 图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度 297
- 图表：2008年人口数及其构成 298
- 图表：2004-2008年农村居民人均可支配收入及其增长速度 298
- 图表：2004-2008年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 299
- 图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 300
- 图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析 300
- 图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析 301
- 图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析 301
- 图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析 302
- 图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析 302
- 图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析 303
- 图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析 303
- 图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析 304
- 图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析 304
- 图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析 305
- 图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析 305
- 图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析 306
- 图表：2009年1月居民消费价格分类指数分析 306
- 图表：2009年2月居民消费价格分类指数分析 307
- 图表：2009年3月居民消费价格分类指数分析 307
- 图表：2009年4月居民消费价格分类指数分析 308
- 图表：2008-2009年3月国房景气指数 310
- 图表：2008-2009年3月房地产开发投资指数 310
- 图表：2008-2009年2月国家货币供应量 311
- 图表：2008-2009年2月全国房地产开发投资情况 311
- 图表：2008-2009年2月全国房地产开发投资增长情况 312
- 图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率走势图 312
- 图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率情况 313
- 图表：2008-2009年2月社会消费品零售总额 313
- 图表：2008-2009年2月社会消费品零售增长率 314
- 图表：2008-2009年2月全国外商直接投资情况 314

图表：2008-2009年2月全国外商直接投资增长率 315

图表：2008-2009年3月全国GDP、CPI和PPI涨幅 315

图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数 333

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shuma/5897858978.html>