

2009-2012年中国榨汁机行业投资分析及深度研究咨询报告

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

《2009-2012年中国榨汁机行业投资分析及深度研究咨询报告》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.cction.com/report/201001/33720.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

传统小家电以更新换代为主，新兴小家电则以新购置为主，榨汁机等新兴厨卫器具逐步进入居民家庭。从全国厨卫器具市场来看，产品将向系列化、智能化、美观化方向发展，功能趋向于能为人们的健康、快捷提供更多帮助。榨汁机等小家电受季节变化影响较小，而受收入水平、居住条件、消费观念、价格水平影响大。与彩电、冰箱不同，小家电消费属可有可无产品，居民购买弹性很大。从小家电保有量对比发现，广东、上海、北京等居民收入较高的地区，小家电保有量相对较高。榨汁机等小家电市场仍处于快速增长期，市场尚未饱和。我国小家电增幅远远高于已进入成熟期的大家电，也反映了我国居民在这方面求高求新的消费趋势。小家电是生活品质提高的标志。随着城市居民生活的改善以及人们生活环境、生活习惯的逐步变化，为居民生活带来极大便利的小家电会越来越火爆，需求量将持续增长。目前榨汁机的消费群体主要有两类：一类是有孩子或老人的家庭，孩子容易挑食而老人牙齿不好，自己榨果汁可以满足他们摄入足够的营养；另一类是追求时尚及生活品位的年轻人，榨汁机满足了他们崇尚个性口味的需求。随着生活质量的提高，消费者的心态由最基本的生活需要开始向营养健康的品味生活过渡，这为榨汁机更加普及提供了可能。而无论是榨汁机还是食品处理器，目前都处于市场的导入期，对于大多数消费者而言还是奢侈品，企业如何引导消费者的消费观念至关重要。

中国榨汁机市场目前仍处于导入期，一方面因为榨汁机进入中国市场较晚，而更主要的原因是国内消费水平还较低，消费者还没有形成饮用鲜榨果汁的消费习惯。榨汁机作为新型小家电产品，普及率还不高。传统型小家电虽已普及，但新型小家电仍未被消费者普遍接受，目前仍是一种生活品味和生活时尚的代表。对于新型小家电来说，应该具有较大的发展空间。榨汁机是2008年以来增长最快的小家电产品。目前，很多小家电厂家都推出了自有品牌产品。一些还没有进入的品牌也对此产品非常感兴趣。虽然榨汁机产品零部件不多，但却涉及到刀头、电机、密封等多项技术问题，并不是一个容易做好的小家电产品，还是有一定的技术含量在其中。随着消费者观念不断的改变，榨汁机将会成为人们每一家庭中必用的饮品食具，所以此类产品将隐藏着巨大的市场份额和发展前景。今后几年仍将是我国小家电发展的黄金期，每年将以30%以上的增幅上升，小家电走进家庭必将成为一种新的生活潮流。2009年的饮食消费进入了敏感时期。一些消费者开始将更多目光投向了原生态、无添加剂的“绿色食品”，榨汁机、豆浆机等相关“手动”自制食品的产品呈现出热销增长势头。

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、中国轻工业信息中心、中华商业信息中心、中国家电协会、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国榨汁机行业的市场规模与前景、供给与需求状况、销售情况、从业企业以及国家相关产业政策等进行了分析，并重点分析了榨汁机各细分市场的发展态势、营销渠道和营销策略以及消费者需求心理。报告还对榨汁机行业的发展趋势进行了研判，对榨汁机行业的投资前景进行了分析，是榨汁机生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前榨汁机行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展概况

第一章 榨汁机行业概述 1

第一节 行业界定 1

一、行业经济特性 1

二、主要细分行业 1

第二节 榨汁机行业发展成熟度 2

一、行业发展周期分析 2

二、中外产品成熟度对比 3

第三节 榨汁机市场特征分析 4

一、市场规模 4

二、影响需求的关键因素 5

三、主要竞争因素 6

第二章 全球榨汁机行业发展现状分析 7

第一节 全球榨汁机市场分析 7

一、全球小家电市场分析 7

二、全球榨汁机技术应用现状 9

三、全球榨汁机市场需求分析 10

四、国际品牌进军中国市场分析 11

第二节 全球主要国家榨汁机市场分析 13

一、美国榨汁机市场分析 13

二、德国榨汁机市场分析 13

三、日本榨汁机企业分析 15

第三章 中国榨汁机行业运行分析	18
第一节 2008-2009年中国榨汁机行业运行综述	18
一、2008-2009年榨汁机市场分析	18
二、2008-2009年行业特点分析	19
第二节 2008-2009年中国榨汁机价格发展情况分析	21
一、2008年榨汁机价格回顾	21
二、2008-2009年影响价格的因素分析	25
三、2009年价格走势分析	26
第三节 2009年我国榨汁机行业产量及规模分析	30
一、2009年我国榨汁机行业产销分析	30
二、2009年我国榨汁机行业规模分析	31
第四章 我国榨汁机市场情况分析	33
第一节 2008年中国榨汁机市场综述	33
一、中国榨汁机产品发展简况	33
二、国内榨汁机市场发展的特点	38
三、中国榨汁机渠道销售状况分析	39
第二节 2008-2009年家用厨房电器具制造业产值分析	41
一、2008年我国家用厨房电器具制造业经济指标分析	41
二、2009年我国家用厨房电器具制造业经济指标分析	41
第三节 2009年我国家用厨房电器具制造业财务指标分析	42
一、2009年行业盈利能力	42
二、2008-2009年行业经营发展能力	45
三、2008-2009年行业偿债能力	47
第四节 2008年我国料理机进出口分析	48
一、2008年我国食品料理机等家用电动器具进口金额	48
二、2008年我国食品料理机等家用电动器具进口数量	50
三、2008年我国食品料理机等家用电动器具出口金额	53
四、2008年我国食品料理机等家用电动器具出口数量	55
第五章 细分产业发展分析	58
第一节 家用榨汁机市场分析	58
一、2009年家用榨汁机网上交易情况	58
二、家用榨汁机点评	59

第二节 商用榨汁机市场分析	61
一、商用榨汁机定义	61
二、商用榨汁机适用场合分析	61
第六章 榨汁机消费调查	62
第一节 品牌消费偏好调查	62
一、榨汁机推广渠道分析	62
二、消费者对榨汁机产品的品牌偏好调查	66
第二节 榨汁机消费现状	66
一、榨汁机消费市场分析	66
二、榨汁机消费群体分类	67
第三节 2009年榨汁机消费市场分析	67
一、2009年榨汁机销售价格分析	67
二、2009年榨汁机等小家电网购分析	68
第二部分 行业竞争格局	
第七章 2009年榨汁机市场竞争格局分析	71
第一节 行业竞争环境分析	71
一、2009年销售渠道分析	71
二、2009年企业经营分析	73
三、2009年行业技术分析	75
第二节 2008-2009年榨汁机竞争格局分析	77
一、企业竞争格局分析	77
二、企业销售格局分析	78
第三节 2008-2009年中国榨汁机竞争分析	84
一、2009年榨汁机市场竞争力分析	84
二、2009年榨汁机市场畅销指数分析	85
三、2009年榨汁机企业市场占有率分析	86
第八章 榨汁机企业竞争策略分析	87
第一节 榨汁机市场竞争策略分析	87
一、品牌竞争策略	87
二、产品竞争策略	88
三、渠道竞争策略	89
第二节 榨汁机企业竞争策略分析	91

一、企业突围策略分析	91
二、企业营销策略分析	93
三、企业开拓农村市场的策略	94
四、提高企业竞争力策略	98
第九章 主要榨汁机企业竞争分析	104
第一节 欧科OUKE	104
一、企业概况	104
二、竞争优势分析	104
三、2008-2009年经营状况	105
四、2009-2012年发展战略	108
第二节 美的Midea	110
一、企业概况	110
二、竞争优势分析	113
三、2008-2009年经营状况	118
四、2009-2012年发展战略	121
五、2009-2012年发展前景	124
第三节 奔腾POVOS	125
一、企业概况	125
二、竞争优势分析	127
三、2009-2012年发展战略	128
第四节 九阳Joyoung	129
一、企业概况	129
二、竞争优势分析	130
三、2008-2009年经营状况	132
四、2009-2012年发展战略	136
第五节 美斯特	142
一、企业概况	142
二、竞争分析	143
三、2009-2012年发展战略	144
第六节 西贝乐	145
一、企业概况	145
二、竞争优势分析	145

第七节 东菱	146
一、企业概况	146
二、竞争优势分析	147
三、2009-2012年发展战略	150
第八节 乐邦	154
一、企业概况	154
二、竞争优势分析	154
三、2009-2012年发展战略	157
第九节 威的	158
一、企业概况	158
二、企业文化	159
第十节 灿坤EUPA	159
一、企业概况	159
二、2009-2012年发展战略	160
第三部分 行业趋势预测	
第十章 小家电行业发展趋势分析	167
第一节 中国小家电行业发展前景分析	167
一、未来小家电的发展趋势	167
二、小家电产品发展趋向分析	172
三、小家电市场发展前景分析	177
四、中国小家电市场潜力分析	182
第二节 小家电销售渠道发展趋势分析	189
一、传统渠道发展趋势分析	189
二、商场和电器专营店发展趋势分析	190
三、连锁渠道发展趋势分析	190
四、新兴渠道发展趋势分析	190
第十一章 未来榨汁机行业发展预测	192
第一节 中国榨汁机市场发展趋势分析	192
一、榨汁机市场前景及发展趋势	192
二、小家电市场营销趋势分析	194
三、小家电品牌集中度趋势	198
第二节 2009-2012年料理机行业发展前景	205

一、	宏观经济增长对料理机行业的推动	205
二、	“十一五”规划对料理机行业的推动	206
三、	知识产权保护对料理机发展的推动	206
四、	下游零售行业对料理机发展的支撑	206
第四部分 投资战略研究		
第十二章 榨汁机行业投资现状分析 209		
第一节 2009年国外投资现状分析 209		
第二节 2009年国内投资现状分析 210		
一、	2009年国内企业投资现状分析	210
二、	2009年国内产业投资现状分析	212
三、	2009年果蔬高效压榨投资分析	213
第十三章 榨汁机行业投资环境分析 215		
第一节 宏观经济发展环境分析 215		
一、	2009年中国GDP分析	215
二、	2009年城乡居民家庭人均可支配收入	235
三、	恩格尔系数	235
四、	2009年工业发展形势分析	236
五、	2009年存贷款利率变化	243
六、	2009年财政收支状况	245
第二节 家电经济发展环境分析 246		
一、	中国家电业的困境和机遇	246
二、	中国家电业的发展前景	253
第三节 政策法规环境分析 255		
一、	2009年国内宏观政策对其影响	255
二、	2009年行业产业政策对其影响	256
第四节 社会环境分析 258		
一、	2009年上半年全球消费者信心指数	258
二、	2009年社会消费品零售总额情况	260
第五节 轻工业调整和振兴规划 261		
一、	轻工业现状及面临的形势	261
二、	指导思想、基本原则和目标	262
三、	产业调整和振兴的主要任务	264

四、政策措施	270
五、规划实施	272
六、对行业的影响	272
第十四章 榨汁机行业投资机会与风险	274
第一节 2009-2012年家电细分市场投资机会	274
一、家电细分市场投资机会分析	274
二、智能家电发展趋势及投资机会	282
第二节 榨汁机行业投资机会	286
一、企业投资机会分析	287
二、行业投资机会分析	290
第三节 榨汁机行业投资风险	291
一、行业投资风险分析	291
二、企业投资风险分析	293
第十五章 榨汁机行业投资战略研究	295
第一节 榨汁机行业投资策略分析	295
一、小家电企业的品牌战略	295
二、2009年小家电行业投资战略	296
三、2009-2012年小家电行业投资策略	301
第二节 2009-2012年我国榨汁机企业发展策略	302
一、坚守核心主业	302
二、构建优质渠道	303
三、整合优质资源	303
四、提升经营能力	304
五、明确品牌形象	305
六、调整市场策略	305
第三节 金融危机下榨汁机发展与投资策略分析	306
一、对症下药	306
二、程序科学	306
三、控制成本	307
四、以市场为中心	307
五、讲求效益	307
六、可持续发展	307

七、遵守法律 308

图表目录

图表：2008年11月份榨汁机全国市场占有率及均价 21

图表：2008年11月份榨汁机东北市场占有率及均价 22

图表：2008年11月份榨汁机华北市场占有率及均价 22

图表：2008年11月份榨汁机华东市场占有率及均价 23

图表：2008年11月份榨汁机华南市场占有率及均价 23

图表：2008年11月份榨汁机西北市场占有率及均价 24

图表：2008年11月份榨汁机西南市场占有率及均价 24

图表：2008年11月份榨汁机中南市场占有率及均价 25

图表：2009年2月榨汁机全国市场占有率及均价 26

图表：2009年2月榨汁机东北区市场占有率及均价 26

图表：2009年2月榨汁机华北区市场占有率及均价 27

图表：2009年2月榨汁机华东区市场占有率及均价 27

图表：2009年2月榨汁机华南区市场占有率及均价 28

图表：2009年2月榨汁机西北区市场占有率及均价 28

图表：2009年2月榨汁机西南区市场占有率及均价 29

图表：2009年2月榨汁机华中区市场占有率及均价 29

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业产成品 30

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业产成品比上年同期增长 30

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业工业销售产值 30

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业工业销售产值（当年价格）比上年同期增长 30

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业（本年本月止累计）工业销售产值 30

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业（本年本月止累计）工业销售产值比上年同期增长
30

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业出口交货值 31

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业出口交货值比上年同期增长 31

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业（本年本月止累计）出口交货值 31

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业（本年本月止累计）出口交货值比上年同期增长 31

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业新产品产值 31

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业新产品产值比上年同期增长 31

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业（本年本月止累计）新产品产值 32

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业（本年本月止累计）新产品产值比上年同期增长 32

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业企业单位数 32

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业全部从业人员平均人数 32

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业全部从业人员平均人数比上年同期增长 32

图表：2008年1-12月家用厨房电器具制造业经济指标全国合计 41

图表：2009年1-10月家用厨房电器具制造业经济指标全国合计 41

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业主营业务收入 42

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业主营业务收入比上年同期增长 42

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业利润总额 42

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业利润总额比上年同期增长 42

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业亏损企业单位数 42

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业亏损企业单位数比上年同期增长 43

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业亏损企业亏损总额 43

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业亏损企业亏损总额比上年同期增长 43

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业主营业务成本 43

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业主营业务成本比上年同期增长 43

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业营业费用 43

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业营业费用比上年同期增长 43

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业主营业务税金及附加 44

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业主营业务税金及附加比上年同期增长 44

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业管理费用 44

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业管理费用比上年同期增长 44

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业财务费用 44

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业财务费用比上年同期增长 44

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业利息支出 44

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业利息支出比上年同期增长 44

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业应交增值税 45

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业应交增值税比上年同期增长 45

图表：2008年1-11月家用厨房电器具制造业资本保值增值率 45

图表：2008年1-11月家用厨房电器具制造业资本保值增值率最好水平 45

图表：2008年1-11月家用厨房电器具制造业资产负债率 45

图表：2008年1-11月家用厨房电器具制造业资产负债率最好水平 45

图表：2008年1-11月家用厨房电器具制造业产值利税率 45

图表：2008年1-11月家用厨房电器具制造业产值利税率最好水平 46

图表：2008年1-11月家用厨房电器具制造业资金利税率 46

图表：2008年1-11月家用厨房电器具制造业资金利税率最好水平 46

图表：2008年1-11月家用厨房电器具制造业流动资产周转次数 46

图表：2008年1-11月家用厨房电器具制造业流动资产周转次数最好水平 46

图表：2008年1-11月家用厨房电器具制造业成本费用利润率 46

图表：2008年1-11月家用厨房电器具制造业成本费用利润率最好水平 46

图表：2008年1-11月家用厨房电器具制造业人均销售率 46

图表：2008年1-11月家用厨房电器具制造业人均销售率最好水平 47

图表：2008年1-11月家用厨房电器具制造业产成品资金占用率 47

图表：2008年1-11月家用厨房电器具制造业产成品资金占用率最好水平 47

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业流动资产平均余额 47

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业流动资产平均余额比上年同期增长 47

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业资产总计 47

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业资产总计比上年同期增长 47

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业负债合计 48

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业负债合计比上年同期增长 48

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业应收帐款净额 48

图表：2009年1-8月家用厨房电器具制造业应收帐款净额比上年同期增长 48

图表：2008年1-12月我国食品料理机等家用电动器具进口金额 48

图表：2008年1季度我国食品料理机等家用电动器具进口金额 48

图表：2008年1月我国食品料理机等家用电动器具进口金额 48

图表：2008年2月我国食品料理机等家用电动器具进口金额 49

图表：2008年3月我国食品料理机等家用电动器具进口金额 49

图表：2008年2季度我国食品料理机等家用电动器具进口金额 49

图表：2008年4月我国食品料理机等家用电动器具进口金额 49

图表：2008年5月我国食品料理机等家用电动器具进口金额 49

图表：2008年6月我国食品料理机等家用电动器具进口金额 49

图表：2008年3季度我国食品料理机等家用电动器具进口金额 49

图表：2008年7月我国食品料理机等家用电动器具进口金额 49

图表：2008年8月我国食品料理机等家用电动器具进口金额 50

图表：2008年9月我国食品料理机等家用电动器具进口金额 50

图表：2008年4季度我国食品料理机等家用电动器具进口金额 50

图表：2008年10月我国食品榨汁机等家用电动器具进口金额 50

图表：2008年11月我国食品料理机等家用电动器具进口金额 50

图表：2008年12月我国食品料理机等家用电动器具进口金额 50

图表：2008年1-12月我国食品料理机等家用电动器具进口数量 50

图表：2008年1季度我国食品料理机等家用电动器具进口数量 50

图表：2008年1月我国食品料理机等家用电动器具进口数量 51

图表：2008年2月我国食品料理机等家用电动器具进口数量 51

图表：2008年3月我国食品料理机等家用电动器具进口数量 51

图表：2008年2季度我国食品料理机等家用电动器具进口数量 51

图表：2008年4月我国食品料理机等家用电动器具进口数量 51

图表：2008年5月我国食品料理机等家用电动器具进口数量 51

图表：2008年6月我国食品料理机等家用电动器具进口数量 51

图表：2008年3季度我国食品料理机等家用电动器具进口数量 51

图表：2008年7月我国食品料理机等家用电动器具进口数量 52

图表：2008年8月我国食品料理机等家用电动器具进口数量 52

图表：2008年9月我国食品料理机等家用电动器具进口数量 52

图表：2008年4季度我国食品料理机等家用电动器具进口数量 52

图表：2008年10月我国食品料理机等家用电动器具进口数量 52

图表：2008年11月我国食品料理机等家用电动器具进口数量 52

图表：2008年12月我国食品料理机等家用电动器具进口数量 52

图表：2008年1-12月我国食品料理机等家用电动器具出口金额 53

图表：2008年1季度我国食品料理机等家用电动器具出口金额 53

图表：2008年1月我国食品料理机等家用电动器具出口金额 53

图表：2008年2月我国食品料理机等家用电动器具出口金额 53

图表：2008年3月我国食品料理机等家用电动器具出口金额 53

图表：2008年2季度我国食品料理机等家用电动器具出口金额 53

图表：2008年4月我国食品料理机等家用电动器具出口金额 53

图表：2008年5月我国食品料理机等家用电动器具出口金额 53

图表：2008年6月我国食品料理机等家用电动器具出口金额 54

图表：2008年3季度我国食品料理机等家用电动器具出口金额 54

图表：2008年7月我国食品料理机等家用电动器具出口金额 54

图表：2008年8月我国食品料理机等家用电动器具出口金额 54

图表：2008年9月我国食品料理机等家用电动器具出口金额 54

图表：2008年4季度我国食品料理机等家用电动器具出口金额 54

图表：2008年10月我国食品料理机等家用电动器具出口金额 54

图表：2008年11月我国食品料理机等家用电动器具出口金额 54

图表：2008年12月我国食品料理机等家用电动器具出口金额 55

图表：2008年1-12月我国食品料理机等家用电动器具出口数量 55

图表：2008年1季度我国食品料理机等家用电动器具出口数量 55

图表：2008年1月我国食品料理机等家用电动器具出口数量 55

图表：2008年2月我国食品料理机等家用电动器具出口数量 55

图表：2008年3月我国食品料理机等家用电动器具出口数量 55

图表：2008年2季度我国食品料理机等家用电动器具出口数量 55

图表：2008年4月我国食品料理机等家用电动器具出口数量 55

图表：2008年5月我国食品料理机等家用电动器具出口数量 56

图表：2008年6月我国食品料理机等家用电动器具出口数量 56

图表：2008年3季度我国食品料理机等家用电动器具出口数量 56

图表：2008年7月我国食品料理机等家用电动器具出口数量 56

图表：2008年8月我国食品料理机等家用电动器具出口数量 56

图表：2008年9月我国食品料理机等家用电动器具出口数量 56

图表：2008年4季度我国食品料理机等家用电动器具出口数量 56

图表：2008年10月我国食品料理机等家用电动器具出口数量 56

图表：2008年11月我国食品料理机等家用电动器具出口数量 57

图表：2008年12月我国食品料理机等家用电动器具出口数量 57

图表：2009年11月份淘宝网榨汁机销量分析 58

图表：2009年11月份淘宝网榨汁机顾客选择指数分析 66

图表：2009年榨汁机企业竞争力指数 84

图表：2009年榨汁机市场竞争力统计图 84

图表：2009年榨汁机企业产品畅销指数 85

图表：2009年榨汁机市场畅销排名统计图 85

图表：2009年榨汁机企业市场占有率 86

图表：2009年榨汁机市场占有率统计图 86

图表：欧科果汁机行业生命周期曲线图分析 105

图表：2003-2009年果汁机行业企业数量增长情况分析 106

图表：2003-2009年果汁机行业从业人员数量增长情况 106

图表：2003-2009年果汁机行业固定资产增长情况 107

图表：2003-2009年果汁机行业销售收入增长情况 107

图表：2003-2009年果汁机行业利润总额增长情况 108

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司每股指标 118

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司获利能力 118

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司经营能力 119

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司偿债能力 119

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司资本结构 119

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司发展能力 119

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司现金流量 119

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司主营业务收入 120

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司主营业务利润 120

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司营业利润 120

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司利润总额 121

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司净利润 121

图表：2008-2009年九阳股份有限公司每股指标 132

图表：2008-2009年九阳股份有限公司获利能力 132

图表：2008-2009年九阳股份有限公司经营能力 133

图表：2008-2009年九阳股份有限公司偿债能力 133

图表：2008-2009年九阳股份有限公司资本结构 133

图表：2008-2009年九阳股份有限公司发展能力 133

图表：2008-2009年九阳股份有限公司现金流量 134

图表：2008-2009年九阳股份有限公司主营业务收入 134

图表：2008-2009年九阳股份有限公司主营业务利润 134

图表：2008-2009年九阳股份有限公司营业利润 134

图表：2008-2009年九阳股份有限公司利润总额 135

图表：2008-2009年九阳股份有限公司净利润 135

图表：2005-2009年GDP当季同比继续增长情况 215

图表：2006-2009年M1和M2同比增速情况 216

图表：1999-2009年城镇固定资产投资情况 217

图表：2007-2009年消费品进出口情况 217

图表：2007-2009年产品出口情况 218

图表：2005-2009年CPI、PPI、CGPI同比情况 219

图表：2003-2009年经济增长情况 220

图表：2003-2009年通货膨胀情况 221

图表：2009年宏观经济预警指数分析 221

图表：2009年产业指标宏观预警指数分析 222

图表：2009年宏观经济景气指数分析 226

图表：2009年工业生产指数分析 226

图表：2009年工业从业人员分析 227

图表：2009年社会需求指数分析 227

图表：2009年社会收入指数分析 228

图表：2009年宏观经济先行指数分析 229

图表：2009年工业产品产销率分析 230

图表：2009年商品房本年新开工面积分析 230

图表：2009年投资新开工项目分析 231

图表：2009年消费者预期指数分析 231

图表：2009年港口货物吞吐量分析 232

图表：2009年货币供应量分析 232

图表：2009年沪市A股月成交金额分析 233

图表：2001-2009年工业增加值情况 241

图表：2008-2009年轻重工业增速情况 242

图表：2006-2009年工业企业利润增长情况 242

图表：人民币存款利率表分析 243

图表：人民币贷款利率表 244

图表：外汇存款利率表 244

图表：2007-2009年财政收入及其构成月度同比情况 245

图表：2009年与2003-2008年贷款月新增额对比情况 246

图表：2009年上半年全球消费者信心指数分析 258

图表：2008-2009年我国消费者信心指数分析 260

图表：2005-2009年社会消费品零售总额情况 261

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201001/33720.html>