

2014-2020年中国数码相机 市场监测与发展前景分析报告

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

《2014-2020年中国数码相机市场监测与发展前景分析报告》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/201404/103137.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

中国已成为世界最大的照相器材制造国，照相机年产量近亿架，居世界首位，数码相机的市场容量已经超过1000万台，占全球市场份额的四分之一以上。目前在中国的大中城市中，数码相机的占有率已经超过70%，其中卡片机与单反数码相机的比例分别为87.7%和12.3%，特别是2008年，单反相机较2007年提升一倍有余。目前，日系品牌仍占据中国主要市场，但本土品牌爱国者、美国品牌柯达近期在产品方面也做出了很多尝试，如爱国者DC-P1,加入了GPS导航功能，提高了相机产品使用频次。

2011年，过去占据数码相机市场绝对优势的消费数码相机明显失去了部分领土，单反数码相机和单电/微单数码相机则在2011年出现明显的向上发展态势。尤其是单反数码相机的关注比例提高非常明显，越来越多的消费者开始青睐更专业同时价格更低廉的入门级单反数码相机。另外，2011年受到日本地震、泰国水灾等影响，数码相机市场的价格水平多数时间保持高位运行。

2012年我国全年数码照相机产量70,026,211台，同比降低6.23%。其中，2012年我国上半年数码照相机产量为37,297,842台，同比增长4.6%。2012年6月，中国数码相机市场中以佳能和尼康形成两大巨头，优势地位难以撼动。在细分领域市场中，单反数码相机和消费级数码相机展开追逐战，最终单反数码相机完胜，关注度超过消费级数码相机，开始走向主导地位。

预计未来几年单反数码相机市场的需求仍将持续增长，单反数码相机将超越消费数码相机成为吸引最多消费者目光的数码相机产品。尤其是入门单反数码相机市场将会吸引更多大众消费者的加入。单电/微单数码相机产品将会不局限于比消费相机高端、比单反相机小巧的设定上，而是会向满足更多不同消费者的需求发展。

本市场调查报告主要依据国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家轻工业局、中国光学学会、国内外相关刊物的基础信息以及数码相机行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界数码相机行业整体发展大势，对中国数码相机行业的发展情况、经济运行数据、竞争格局、行业优势企业等进行了分析及预测，并对未来数码相机行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了数码相机行业今后的发展与投资策略。

本数码相机市场调查报告，为数码相机生产、科研、零售等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，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了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。

报告目录

第一部分 数码相机行业发展分析

第一章 数码相机基本概述 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 2

第二节 数码相机的主要技术指标 3

一、分辨率 3

二、颜色深度 4

三、存储能力 4

四、连续拍摄 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、2013年全球首款立体数码相机面世 5

三、2014年全球市场数码相机销量预测 6

四、2014年全球市场数码相机增长动力分析 7

五、2014年全球市场数码相机发展趋势 7

第二节 主要数码相机生产国市场分析 8

一、日本市场发展现状 8

二、德国市场现状 11

三、俄罗斯市场现状 11

第三章 中国数码相机行业发展情况分析 13

第一节 中国照相器材行业发展历程 13

一、中国照相器材行业发展历程 13

二、中国相机产业发展阶段分析 26

三、中国数码照相机工业的发展 28

四、中国照相器材行业发展特点 31

第二节 2012-2013年照相机产量分析 31

一、2012年照相机产量 31

二、2013年照相机产量 35

第三节 国产数码相机现状深度分析 38

一、国产DC市场：这块蛋糕有点大 38

二、市场规则显示潜力：核心竞争力	39
三、国产DC优势一：厂商大打价格牌	40
四、国产DC优势二：优秀的售后服务	41
五、数码相机销售渠道的双重后盾	42
六、发展预测：销售额与销量稳步增长	42
第四节 数码相机购买潜规则分析	43
一、“潜规则”之一：像素	43
二、“潜规则”之二：防抖	44
三、“潜规则”之三：单反	44
四、“潜规则”之四：感光度	45
第五节 数码相机市场“潜规则”及厂商突破策略	46
一、“潜规则”之一：民族品牌	46
二、“潜规则”之二：韩国品牌	47
三、“潜规则”之三：尼康和佳能	47
四、“潜规则”之四：DC和单反	48
五、摆脱“潜规则”	49
第四章 中国数码相机市场发展分析	50
第一节 中国照相机进出口分析	50
一、2013年我国照相机及其零部件出口简况	50
二、进口照相机市场管理办法（修正）	50
第二节 2013年中国数码相机市场用户调查研究	54
一、用户特征概括	54
二、用户特征研究	56
三、用户上网行为研究	76
四、主流品牌用户特征研究	78
第三节 2013-2014年中国数码相机市场分析	89
一、2013年中国数码相机消费市场分析	89
二、2013年中国数码相机市场价格	92
三、2014年中国数码相机市场发展趋势	99
四、2014年中国数码相机发展热点预测	100
五、2014年中国数码相机消费市场前景	104
第四节 2013年中国数码相机市场运行分析	105

一、2013年市场概述及主要观点分析	105
(一) 市场概述	105
(二) 主要观点	105
二、2013年数码相机市场结构研究	106
(一) 品牌结构	106
(二) 区域结构	108
(三) 产品结构	110
三、2013年数码相机市场价格研究	113
(一) 价格指数研究	113
(二) 平均价格研究	114
(三) 细分价格研究	114
第五节 2013年中国数码相机市场发展阻碍	116
一、消费者关注度不高	116
二、售后服务差打击消费信心	117
三、经济不景气减少消费支出	117
第二部分 数码相机关联行业发展分析	
第五章 数码相机关联产业分析	118
第一节 照相机综述	118
一、照相机的基本组成	118
二、照相机的种类	119
三、照相术与照相机的形成	121
第二节 镜头	123
一、数码相机镜头的类型和发展概况	123
二、镜头市场发展动向	125
第三节 其他关联产业	127
一、三角架	127
二、闪光灯	129
三、滤镜	130
四、其他附件	134
第六章 2013年照相机及器材制造行业经济运行数据分析	135
第一节 2013年照相机市场经济指标分析	135
第二节 2013年我国照相机及器材制造绩效分析	154

- 一、2013年行业产销情况 154
- 二、2013年行业规模 162
- 三、2013年行业盈利能力 168
- 四、2013年行业经营发展能力 172
- 五、2013年行业偿债能力 173
- 第三部分 数码相机行业竞争格局及企业分析
- 第七章 数码相机行业竞争格局分析 183
- 第一节 中国数码相机产业的竞争力分析 183
- 一、竞争力分析模型 183
- 二、产业需求状况及要素条件 183
- 三、支持性产业和相关产业 186
- 四、企业战略结构和竞争 186
- 五、政府政策及发展机遇 187
- 六、产业竞争战略选择 188
- 第二节 2012-2013年中国数码相机竞争分析 188
- 一、数码相机产品品牌竞争现状 188
- 二、2012年数码相机市场竞争状况 189
- 三、2013年数码相机竞争格局 193
- 四、2013年数码相机市场技术竞争状况 193
- 五、2013年长焦数码相机竞争态势分析 197
- 六、高端数码相机竞争下传统器材商转型 203
- 七、中国数码相机专利竞争国际市场简析 204
- 第三节 领先者市场竞争策略 205
- 一、维护高质量形象 205
- 二、扩大市场需求总量 206
- 三、保护市场份额 206
- 四、扩大市场份额 208
- 第四节 挑战者市场竞争策略 208
- 一、明确竞争对手 208
- 二、正面进攻 210
- 二、侧翼攻击 210
- 三、包围进攻 210

- 四、迂回攻击 210
- 五、游击战 211
- 第八章 数码相机行业主要外资企业分析 212
 - 第一节 佳能株式会社 212
 - 一、佳能公司概况 212
 - 二、2012财年公司财务状况 213
 - 三、2013年公司经营状况 214
 - 四、2013年公司最新发展动态 214
 - 五、未来佳能中国发展展望 215
 - 第二节 索尼公司 217
 - 一、公司概况 217
 - 二、2012-2013财年公司财务状况 220
 - 三、2013年公司最新发展动态 220
 - 四、未来公司发展展望 222
 - 第三节 尼康公司 223
 - 一、公司概况 223
 - 二、2013财年公司财务状况 224
 - 三、2013年公司动态 225
 - 四、2013年公司产品计划分析 227
 - 第四节 奥林巴斯光学工业株式会社 227
 - 一、公司概况 227
 - 二、2013财年公司财务状况 228
 - 三、2013年公司动态 229
 - 四、公司发展战略分析 230
 - 第五节 富士胶卷株式会社 232
 - 一、公司概况 232
 - 二、公司技术发展状况 234
 - 三、富士胶片模拟模式 235
 - 四、2013财年公司财务状况 236
 - 五、2013年公司最新动态 237
 - 第六节 柯达公司 238
 - 一、公司概况 238

二、2013年公司经营状况	240
三、2013年公司发展动态	240
四、未来柯达发展展望	242
第九章 数码相机行业国内主要企业分析	244
第一节 凤凰光学仪器集团公司	244
一、企业概况	244
二、2012-2013年企业经营情况分析	245
三、2012-2013年企业财务数据分析	246
四、2013年企业发展动态及策略	252
五、企业未来发展展望与战略	252
第二节 中国乐凯胶片集团	255
一、企业概况	255
二、2012-2013年企业经营情况分析	256
三、2012-2013年企业财务数据分析	258
四、2013年企业发展动态及策略	263
五、企业未来发展展望与战略	264
第三节 北京华旗资讯数码科技发展有限公司	265
一、公司概况	265
二、爱国者独辟巧径的奥运营销策略分析	269
三、2013年公司发展形势分析	270
第四节 上海海鸥照相机有限公司	272
第四部分 数码相机行业发展趋势及战略探讨	
第十章 我国数码相机行业发展环境分析	274
第一节 2013年国际经济环境分析	274
一、2013年世界经济运行综述	274
二、2014年世界经济发展形势	279
三、2014年世界经济发展展望	280
第二节 中国数码相机行业经济环境分析	287
一、2013年我国宏观经济运行指标分析	287
二、2013年我国宏观经济景气指数分析	341
三、2013年居民消费价格分类指数分析	354
四、2014年中国宏观经济发展展望	372

五、2014年我国宏观经济形势分析	375
第三节 中国数码相机行业社会环境分析	378
一、2013年全国居民收入情况分析	378
二、2013年全国社会消费品零售总额	378
三、2013年全国居民消费价格分析	381
四、2013年消费者信心指数	381
第四节 中国数码相机行业政策环境分析	385
一、零关税影响分析	385
二、中国照相机行业自律公约	388
第十一章 2014-2020年数码相机市场发展趋势	389
第一节 2014年数码相机市场发展趋势预测	389
一、2014年数码相机市场品牌结构趋势预测	389
二、2014年数码相机市场产品发展趋势预测	389
三、2014年数码相机市场价格变化趋势预测	389
四、2014年数码相机市场渠道发展趋势预测	390
第二节 2014年数码相机市场发展趋势	390
一、照相器材的总体发展趋势	390
二、2014年数码相机产品发展预测	392
三、2014年数码图像传感器技术预测	393
四、2014年数码相机技术发展趋势	393
五、2014年数码相机行业消费趋势	396
第三节 2014-2020年数码相机行业发展预测	397
一、2014-2020年数码相机市场增长预测	397
二、2014-2020年数码单反相机销量预测	398
三、2014-2020年数码相机价格预测	398
四、2014-2020年数码相机市场竞争格局预测	399
五、2014-2020年数码相机区域市场发展预测	399
六、2014-2020年数码相机产品发展预测	399
第十二章 2014-2020年数码相机业发展战略分析	400
第一节 数码相机企业战略案例分析	400
一、BenQ数码相机以差异化战略抢占市场	400
二、富士数码相机中文化战略浅析	400

三、	解读三星独具特色的数码相机发展策略	403
四、	日韩数码相机形象代言人策略与产品策略	405
五、	佳能汉化数码相机品牌施行深化本土化策略	408
第二节	数码相机厂商的建厂及其战略选择	409
一、	数码相机厂商大陆建厂分布概况	410
二、	中国数码产品市场发展空间巨大	411
三、	各厂商在中国设厂的战略定位分析	412
第三节	2014-2020年我国数码相机企业发展策略	413
一、	坚守核心文化	413
二、	构建优质渠道	414
三、	整合优质资源	415
四、	提升经营能力	416
五、	采取有效措施	417
六、	调整渠道策略	418

图表目录

图表：	2013年日本市场销售量最高的10款数码相机	8
图表：	2013年日本市场销售量最高的20款二手数码相机	9
图表：	2012年1-12月照相机产量全国合计	31
图表：	2012年1-12月照相机产量北京市合计	32
图表：	2012年1-12月照相机产量天津市合计	32
图表：	2012年1-12月照相机产量上海市合计	32
图表：	2012年1-12月照相机产量江苏省合计	33
图表：	2012年1-12月照相机产量浙江省合计	33
图表：	2012年1-12月照相机产量福建省合计	34
图表：	2012年1-12月照相机产量江西省合计	34
图表：	2012年1-12月照相机产量湖北省合计	35
图表：	2012年1-12月照相机产量广东省合计	35
图表：	2013年1-12月照相机产量全国合计	35
图表：	2013年1-12月照相机产量北京市合计	36
图表：	2013年1-12月照相机产量天津市合计	36
图表：	2013年1-12月照相机产量上海市合计	36
图表：	2013年1-12月照相机产量江苏省合计	36

图表：2013年1-12月照相机产量浙江省合计 37

图表：2013年1-12月照相机产量福建省合计 37

图表：2013年1-12月照相机产量江西省合计 37

图表：2013年1-12月照相机产量湖北省合计 38

图表：2013年1-12月照相机产量广东省合计 38

图表：爱国者推出“阳光服务”的阳光承诺 41

图表：2012年中国数码相机用户性别分布 57

图表：2012年中国数码相机用户年龄分布 58

图表：2012年中国数码相机用户所在区域分布 59

图表：2012年中国数码相机用户婚姻状况分布 60

图表：2012年中国数码相机用户个人月收入分布 61

图表：2012年中国数码相机用户家庭月收入分布 62

图表：2012年中国数码相机用户受教育程度分布 63

图表：2012年中国数码相机用户所在行业分布 64

图表：2012年中国数码相机用户所在单位人员规模分布 65

图表：2012年中国数码相机用户所在单位年产值规模分布 66

图表：2012年中国数码相机用户兴趣爱好分布--音乐 67

图表：2012年中国数码相机用户兴趣爱好分布--电影 68

图表：2012年中国数码相机用户兴趣爱好分布--电视 69

图表：2012年中国数码相机用户兴趣爱好分布--游戏 70

图表：2012年中国数码相机用户兴趣爱好分布--阅读 71

图表：2012年中国数码相机用户兴趣爱好分布--艺术 72

图表：2012年中国数码相机用户兴趣爱好分布--体育 73

图表：2012年中国数码相机用户兴趣爱好分布--购物 74

图表：2012年中国数码相机用户兴趣爱好分布--旅游出行 75

图表：2012年中国数码相机用户兴趣爱好分布--路线信息 76

图表：2012年中国数码相机用户上网地点分布 77

图表：2012年对中国数码相机用户最具吸引力的广告形式分布 78

图表：2012年主流品牌数码相机用户年龄分布 79

图表：2012年主流品牌数码相机用个人月收入分布对比 80

图表：2012年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--音乐 81

图表：2012年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--电影 82

图表：2012年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--电视 83

图表：2012年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--游戏 84

图表：2012年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--阅读 85

图表：2012年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--艺术 86

图表：2012年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--体育 87

图表：2012年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--购物 88

图表：2012年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--旅游出行 89

图表：2012年8月-12月中国消费相机市场价格指数走势对比 92

图表：2012年12月中国消费数码相机市场均价走势 93

图表：2012年8月-12月中国单反相机市场价格指数走势对比 94

图表：2012年12月中国单反数码相机市场均价走势 95

图表：2012年12月主流消费数码相机厂商产品均价对比 96

图表：2012年12月主流单反数码相机厂商产品均价对比 97

图表：2012年12月五大涨价及降价消费数码相机排行榜 98

图表：2012年12月五大涨价及降价单反数码相机排行榜 99

图表：2012年11月-2013年12月上市及即将上市的广角数码相机数量走势 102

图表：2012年11月-2013年12月上市及即将上市的高清摄像数码相机数量走势 103

图表：2012年11月-2013年12月中国市场旋转屏数码相机数量走势 104

图表：2013年第一季度中国市场最受关注的十大数码相机品牌 106

图表：2013年第一季度中国市场最受关注的十大消费数码相机品牌 107

图表：2013年第一季度中国市场最受关注的十大消费单反数码相机品牌 108

图表：2013年第一季度十大数码相机品牌七大区域关注度分布 109

图表：2013年第一季度十大数码相机主流品牌七大区域关注度排行 109

图表：2013年第一季度卡片机关注比例排行 110

图表：2013年第一季度长焦机关注比例排行 111

图表：2013年第一季度广角机关注比例排行 112

图表：2013年第一季度消费与单反数码相机价格指数走势对比 113

图表：2013年第一季度消费与单反数码相机均价走势对比 114

图表：2013年第一季度不同价位消费数码相机关注比例走势 115

图表：2013年第一季度不同价位单反数码相机关注比例走势 116

图表：2013年1-12月照相机及器材制造主要经济指标全国合计 136

图表：2013年1-12月照相机及器材制造主要经济指标北京市合计 138

图表：2013年1-12月照相机及器材制造主要经济指标天津市合计 139

图表：2013年1-12月照相机及器材制造主要经济指标辽宁省合计 141

图表：2013年1-12月照相机及器材制造主要经济指标上海市合计 142

图表：2013年1-12月照相机及器材制造主要经济指标江苏省合计 144

图表：2013年1-12月照相机及器材制造主要经济指标浙江省合计 145

图表：2013年1-12月照相机及器材制造主要经济指标福建省合计 147

图表：2013年1-12月照相机及器材制造主要经济指标江西省合计 148

图表：2013年1-12月照相机及器材制造主要经济指标湖北省合计 150

图表：2013年1-12月照相机及器材制造主要经济指标广东省合计 151

图表：2013年1-12月照相机及器材制造主要经济指标四川省合计 153

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计产成品 154

图表：2013年1-12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 155

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售收入 156

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售收入比上年同期增长 157

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售成本 158

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售成本比上年同期增长 159

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售费用 160

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售费用比上年同期增长 161

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计全部从业人数平均个数 162

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计全部从业人数平均比上年同期增长 163

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计企业单位数 164

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计亏损企业单位数 165

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计利润总额 168

图表：2013年1-12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 169

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计亏损企业亏损总额 170

图表：2013年1-12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 171

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售税金及附加 172

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计管理费用 173

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计管理费用比上年同期增长 174

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计财务费用 175

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计财务费用比上年同期增长 176

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计流动资产平均余额 177

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计流动资产平均余额比上年同期增长 178

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计资产总计 179

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计资产总计比上年同期增长 180

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计负债合计 181

图表：2013年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计负债合计比上年同期增长 182

图表：2000-2005年中国数码相机销售量 184

图表：中国数码相机的支持产业和相关产业 186

图表：2013年中国消费者MP4品牌满意度统计 190

图表：2013年中国消费者数码相机品牌拥有度统计 191

图表：2013年中国消费者数码相机品牌预购度统计 192

图表：2013年中国市场最受关注的十大长焦机品牌 197

图表：2013年中国市场最受关注的十款长焦机产品 198

图表：2013年至2013年中国市场十大长焦机品牌关注比例走势 199

图表：2013年国内各长焦厂商10倍以上光变上市产品数量及均价 200

图表：2013年富士和松下数码相机其中四款价格对比 201

图表：2013年中国六款最受关注长焦产品对比 201

图表：佳能公司概况 212

图表：索尼在中国运营历史概况 218

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司主营构成表 246

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司流动资产表 247

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司长期投资表 247

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司固定资产表 248

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司无形及其他资产表 248

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司流动负债表 248

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司长期负债表 248

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司股东权益表 249

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司主营业务收入表 249

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司主营业务利润表 249

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司营业利润表 249

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司利润总额表 249

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司净利润表 250

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司每股指标表 250

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司获利能力表 250

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司经营能力表 250

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司偿债能力表 251

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司资本结构表 251

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司发展能力表 251

图表：2011-2013年凤凰光学股份有限公司现金流量分析表 251

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司主营构成表 258

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司流动资产表 258

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司长期投资表 259

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司固定资产表 259

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司无形及其他资产表 259

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司流动负债表 259

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司长期负债表 260

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司股东权益表 260

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司主营业务收入表 260

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司主营业务利润表 260

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司营业利润表 261

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司利润总额表 261

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司净利润表 261

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司每股指标表 261

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司获利能力表 261

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司经营能力表 262

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司偿债能力表 262

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司资本结构表 262

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司发展能力表 262

图表：2011-2013年乐凯胶片股份有限公司现金流量分析表 263

图表：2007-2013年国际市场初级产品价格指数 279

图表：1999年8月—2013年12月工业增加值月度同比增长率（%） 314

图表：2013年12月工业增加值增长速度 314

图表：2013年12月各地区工业增加值增长速度 314

图表：2013年12月工业分大类行业增加值增长速度 315

图表：2013年12月工业主要产品产量及增长速度 317

图表：1999年8月—2013年12月社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 320

图表：2013年1-12月社会消费品零售总额 320

图表：2013年12月居民消费价格分类指数 321

图表：2013年12月各地区居民消费价格指数(以上年同期价格为100) 321

图表：2013年12月商品零售价格分类指数 322

图表：2013年12月-2013年12月消费者信心指数 323

图表：1999年1-8月—2013年1-12月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 324

图表：2013年1-12月城镇固定资产投资情况 324

图表：2013年1-12月各行业城镇投资情况 325

图表：2013年1-12月各地区城镇投资情况 327

图表：2013年1-12月房地产开发企业完成投资及增速情况 328

图表：2013年12月进出口商品贸易方式总值表 330

图表：2013年12月居民消费价格指数（上年同月=100） 332

图表：2013年1月-2013年12月CPI&PPI走势图 333

图表：2007年1月-2013年12月数据及政策 333

图表：1999年8月—2013年12月工业品出厂价格指数（上年同月=100） 335

图表：1999年8月—2013年12月货币供应量月度同比增长率（%） 338

图表：2013年12月宏观经济景气指数 338

图表：2013年6月-2013年12月宏观经济景气指数预警信号图 339

图表：1993年12月-2013年12月宏观经济景气指数预警趋势图 339

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103137.html>