

2010-2015年中国数码相框 行业深度研究与及投资前景分析报告

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

《2010-2015年中国数码相框行业深度研究与投资前景分析报告》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/201011/53589.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

【报告前言】

在上世纪末本世纪初，数码相机有了迅速的发展，普及型数码相机的分辨率由200万像素增长到现在的500 - 600万像素，价格也由300美元左右下降到了现在的120美元左右。传统的便携和单反35mm相机已基本被数码相机替代基本退出市场。消费者拍摄 - 冲洗胶卷 - 扩印照片的消费习惯已基本放弃。取而代之的是：数码相机的大量使用，用各种存储器（电脑硬盘、半导体存储器及可刻录光盘）保存照片成为大家习惯的做法，即使重印照片，其来源也大多来自数码相机。因此，以各种电子显示器件如CRT、LCD、DLP等，用各种平台如TV、PC、DVD、DVB等，去做数字照片的回放和浏览，成为上游厂商和消费者共同的方向。

目前，中国数码相机正处于快速发展阶段，多项规模指标增产率都达到了100%以上，该行业正处以一个急速扩张的状况。相关成长性指标如下：

图表 2010年中国数码相机产业规模主要指标情况

2007年2008年2009年整体市场规模（亿元）121160253700478720国内市场销量（万台）13.735103产量规模（万台）52118256企业数量规模（家）223655 数码相机产业在快速发展阶段的特点是：市场规模、产销量急剧增长。但是我们预测，在未来三年中国数码相机将以非常快的速度进入稳定期，产品单价、单个产品的利润下降，越来越多的竞争者的加入引起了新一轮的价格战，预计2015年中国数码相机行业面临着技术、资金、人才等多重竞争，行业重新洗牌在所难免。随着市场接受度的不断提升，价格的不断下降，数码相机正在走向成熟，同时也吸引了众多厂商参与竞争，中高端市场由一些国际大牌来控制，比如索尼、三星、飞利浦等等；中低端市场的竞争则比较激烈，爱国者、联想、纽曼、长城之类的品牌都看好这一块儿，投入及新品也源源不断的上市；随着数码相机技术门槛的降低，尤其是在山寨机的迅猛攻势下，数码相机的利润得到大幅度的压缩。残酷的竞争下，局限于硬件方面的改进让传统数码相机停滞不前，中高端数码相机的竞争集中在应用服务上的拓展，尤其是与互联网结合的应用服务。

就数码相机目前的市场状况来讲，大致可以归纳为三种通路模式：一是，商务大分销模式，制定好价格体系和渠道利益分配体系，把货直接甩给分销商，让产品在市场上自然流通，也是众多品牌现在正在使用的销售模式；二是，进入3C销售渠道，但在终端为王的年代光家电卖场的各类费用就是无底洞，这一条高投入高风险的路只有成熟类品牌在实现着良性运作；三是，切入小众渠道，针对数码相机的特性开拓新的行业，例如婚纱影楼、橱柜内精品展示等特色行业的开发。

随着价格的下降，目前大众消费市场开始启动。

1、数码相机与数码相框的比例不是1：1，而应是1：3。作为“与人乐乐”的数码影像终端，卧室、客厅、父母家、办公室都给了数码相框无限的使用空间。数码相框被认为是观看或展示数码相片的专用设备，当这一概念日益深入人心，形成一种观念的时候，数码相框将真正地被广泛购买使用，将真正地取代传统玻璃相框。

2、数码相框产品的使用特性将导致“双峰需求”，即办公室1台，卧室1台，另外1台可能在客厅，还会有一些随身携带的数码相框，比如数码相框钥匙扣、数码相框手表等。此外，数码相框也会和mp3、手机、笔记本、电脑显示器、冰箱等日用品融合。数码相框的根本属性是相框，承载着人类纪念往事等诸多的本能需求，这是任何其它的产品都无法取代的。正如数码相机取代传统的胶片相机，数码相框也必将取代传统的玻璃相框，这是划时代的进步，也是社会历史发展的必然道路。

3、目前人们用手机或者数码相机拍摄下来的数码相片呈现几何数级增长，在这种情况下把这些相片冲印出来回味、欣赏远远无法满足消费者需求，作为一种以数码照片保存、回放和浏览为核心功能的产品——数码相框开始受到消费者的关注。

4、中国市场每年有2000多万对新婚人群，此外还有500万以上的产妇群体。发售针对婚庆和婴儿市场挂钩的产品，并在影楼、洗印店和妇幼保健医院进行市场推广，会激发数码相框的市场迅速发展和普及速度。

数码相框在国外的历史已经有六、七年的历史了，产业结构、产品品类、市场供求的发展都相当成熟。而我国的数码相框产业自2006年下半年才真正有所发展，2010年整个产业链才完善起来，终于呈现出良性的发展态势。但总体而言，仍然是畸形发展。目前，数码相框工厂的产能远远大于消费者的购买需求，而巨大的在市场一旦被激活，目前的产业态势将无法顺应市场的发展潮流。

【报告目录】

第一部分 发展现状与前景分析 15

第一章 全球数码相框行业发展分析 15

第一节 国际数码相框行业发展轨迹综述 15

一、国际数码相框行业发展历程 15

二、国际数码相框行业发展面临的问题 15

三、国际数码相框行业技术发展现状及趋势 16

第二节 世界数码相框行业市场情况 16

一、2010年世界数码相框数码相框的平台及关键器件 16

二、2010年国际数码相框产业发展态势 18

三、2010年国际数码相框行业研发动态 18

四、2013年全球数码相框行业挑战与机会	19
第三节 部分国家地区数码相框行业发展状况	19
一、美国数码相框行业发展分析	19
二、欧洲数码相框行业发展分析	20
三、日本数码相框行业发展分析	20
四、韩国数码相框行业发展分析	20
第二章 我国数码相框行业发展现状	22
第一节 中国数码相框行业发展概述	22
一、中国数码相框行业发展历程	22
二、中国数码相框行业发展面临的问题	22
三、中国数码相框行业技术发展现状及趋势	22
第二节 我国数码相框行业发展状况	23
一、2010年中国数码相框行业发展分析	23
二、2010年数码相框行业发展情况分析	23
三、2010年我国数码相框市场特点分析	24
第三节 中国数码相框行业供需分析	24
一、近年中国数码相框市场供给总量分析	24
二、2010年中国数码相框市场供给结构分析	24
三、2010年中国数码相框市场需求总量分析	24
四、2010年中国数码相框市场需求结构分析	25
五、2010年中国数码相框市场消费能力分析	25
第三章 中国数码相框行业经济运行分析	27
第一节 2010年数码相框行业主要企业运行情况	27
第二节 2010年数码相框行业主流解决方案及厂商分析	33
第三节 2010年数码相框相关解决方案分析	34
一、杰林数码相框方案解析	34
二、绘展科技创惟科技方案	35
三、世平低成本多功能数码相框方案	36
四、崇胜科技数码相框方案	38
五、北天星数码像框方案	39
六、基于NXP芯片的低成本数码相框(DPF)方案	40
第四章 中国数码相框行业消费市场分析	42

第一节 中国数码相框消费者收入分析	42
一、中国人口、人民生活分析	42
二、2009-2010年消费者收入水平	45
三、2009-2010年消费价格分析	47
第二节 数码相框行业目标客户群体调查	48
一、消费者认知度调查	48
二、2009年数码相框总体关注情况	49
三、消费者对数码相框产品关注情况	50
第三节 数码相框市场消费需求分析	52
第四节 数码相框消费市场状况分析	52
一、数码相框行业消费特点	52
二、数码相框消费者分析	53
三、数码相框消费的市场变化	53
四、数码相框市场的消费方向	53
第五章 中国数码相框行业区域市场分析	54
第一节 华北地区数码相框行业分析	54
一、企业数量	54
二、销售总额及营业收入指标	54
三、资产情况	54
四、成本费用构成	54
第二节 东北地区数码相框行业分析	55
一、企业数量	55
二、销售总额及营业收入指标	55
三、资产情况	55
四、成本费用构成	55
第三节 华东地区数码相框行业分析	56
一、企业数量	56
二、销售总额及营业收入指标	56
三、资产情况	56
四、成本费用构成	56
第四节 华南地区数码相框行业分析	57
一、企业数量	57

二、销售总额及营业收入指标 57

三、资产情况 57

四、成本费用构成 57

第五节 华中地区数码相框行业分析 58

一、企业数量 58

二、销售总额及营业收入指标 58

三、资产情况 58

四、成本费用构成 58

第六节 西南及西北地区数码相框行业分析 59

一、企业数量 59

二、销售总额及营业收入指标 59

三、资产情况 59

四、成本费用构成 59

第六章 数码相框行业投资与发展前景分析 60

第一节 2009-2010年数码相框行业投资情况分析 60

一、2009-2010年分规模总体投资结构 60

二、2009-2010年分不同所有制形式投资总体规模情况 60

三、2006-2009年投资增速情况 60

四、2009-2010年分地区投资分析 61

第二节 数码相框行业投资机会分析 62

一、可以投资的数码相框模式 62

二、2010年数码相框投资机会 62

三、2010年数码相框细分行业投资机会 63

四、2010-2015年数码相框投资新方向 63

第三节 数码相框行业发展前景分析 64

一、数码相框市场发展前景分析 64

二、我国数码相框市场蕴藏的商机 64

第二部分 市场竞争格局与形势 66

第七章 数码相框行业竞争格局分析 66

第一节 数码相框行业集中度分析 66

第二节 数码相框行业发展潜力分析 66

第三节 数码相框行业竞争力提升建议分析 66

第八章 2009-2010年中国数码相框行业发展形势分析	68
第一节 数码相框不同档次产品技术发展概况	68
第二节 2009-2010年数码相框行业市场情况分析	69
一、数码相框行业市场发展分析	70
二、数码相框市场规模分析	70
第三节 2009-2010年数码相框产量分析	71
第四节 产品发展趋势预测	72
一、产品发展新动态	72
二、技术新动态	72
三、产品需求趋势预测	73
第三部分 赢利水平与企业分析	74
第九章 中国数码相框行业整体运行指标分析	74
第一节 2009-2010年中国数码相框行业总体规模分析	74
第二节 2007-2009年中国数码相框行业产销分析	74
第十章 数码相框行业不同所有制企业成本费用分析	75
第一节 销售成本分析	75
第二节 销售税金及附加	75
第三节 销售费用	75
第四节 管理费用	76
第五节 财务费用	76
第十一章 数码相框行业盈利能力分析	77
第一节 2009-2010年中国数码相框行业利润总额分析	77
一、利润总额分析	77
二、不同规模企业利润总额比较分析	77
三、不同所有制企业利润总额比较分析	77
第二节 2009-2010年中国数码相框行业销售利润率	77
一、销售利润率分析	77
二、不同规模企业销售利润率比较分析	77
三、不同所有制企业销售利润率比较分析	78
第三节 2009-2010年中国数码相框行业总资产利润率分析	78
一、总资产利润率分析	78
二、不同规模企业总资产利润率比较分析	78

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析 78

第十二章 数码相框重点企业发展分析 80

第一节 索尼 80

一、企业简介 80

二、主要经济指标情况 80

三、产值及存货产成品分析 80

四、主营成本及其它费用分析 80

五、偿债能力分析 81

六、盈利能力分析 81

第二节 北京华旗资讯数码科技有限公司 82

一、企业简介 82

二、主要经济指标情况 82

三、产值及存货产成品分析 82

四、主营成本及其它费用分析 83

五、偿债能力分析 83

六、盈利能力分析 83

七、经营效益分析 84

第三节 北京纽曼理想数码科技有限公司 84

一、企业简介 84

二、主要经济指标情况 84

三、产值及存货产成品分析 85

四、主营成本及其它费用分析 85

五、偿债能力分析 85

六、盈利能力分析 86

七、经营效益分析 86

第四节 乐金飞利浦液晶显示（南京）有限公司 86

一、企业简介 86

二、主要经济指标情况 87

三、产值及存货产成品分析 87

四、主营成本及其它费用分析 87

五、偿债能力分析 87

六、盈利能力分析 88

七、经营效益分析 88

第五节 天津市长城电子公司 88

一、企业简介 88

二、主要经济指标情况 89

三、产值及存货产成品分析 89

四、主营成本及其它费用分析 89

五、偿债能力分析 90

六、盈利能力分析 90

七、经营效益分析 90

第六节 四川长虹电子集团公司 91

一、企业简介 91

二、主要经济指标情况 91

三、产值及存货产成品分析 91

四、主营成本及其它费用分析 92

五、偿债能力分析 92

六、盈利能力分析 92

七、经营效益分析 93

第七节 西安北方光电有限公司 93

一、企业简介 93

二、主要经济指标情况 93

三、产值及存货产成品分析 93

四、主营成本及其它费用分析 94

五、偿债能力分析 94

六、盈利能力分析 94

七、经营效益分析 95

第四部分 投资策略与风险预警 96

第十三章 数码相框行业投资策略分析 96

第一节 行业发展特征 96

一、行业的周期性 96

二、行业产业升级 96

三、行业的上下游 96

四、行业经营渠道 97

第二节 行业投资形势分析 99

一、行业发展格局 99

二、行业进入壁垒 100

三、行业SWOT分析 100

四、行业五力模型分析 102

第三节 数码相框行业投资效益分析 103

一、2009-2010年数码相框行业投资状况 104

二、2009-2010年数码相框行业投资方向 104

四、2009-2010年数码相框行业投资建议 104

第四节 数码相框行业投资策略研究 104

第十四章 数码相框行业投资风险预警 107

第一节 影响数码相框行业发展的主要因素 107

一、2010年影响数码相框行业运行的有利因素 107

二、2010年影响数码相框行业运行的稳定因素 107

三、2010年影响数码相框行业运行的不利因素及挑战 107

四、2010年我国数码相框行业发展面临的机遇 107

第二节 数码相框行业投资风险预警 108

一、2010-2015年数码相框行业市场风险预测 108

二、2010-2015年数码相框行业政策风险预测 108

三、2010-2015年数码相框行业经营风险预测 108

四、2010-2015年数码相框行业技术风险预测 109

五、2010-2015年数码相框行业竞争风险预测 109

第五部分 发展趋势与规划建议 110

第十五章 数码相框行业发展趋势分析 110

第一节 2010-2015年中国数码相框市场趋势分析 110

一、我国数码相框数码相框方案技术属性 110

二、我国数码相框竞争趋势分析 112

第二节 2010-2015年数码相框发展趋势分析 112

一、2010-2015年低成本数码相框解决方案分析 112

二、2010-2015年数码相框渠道趋势分析 115

第三节 2010-2015年中国数码相框行业供需预测 116

一、2010-2015年中国数码相框供给预测 116

二、2010-2015年中国数码相框需求预测	116
三、价格预测	117
第四节 2010-2015年数码相框行业规划建议	117
一、2010-2015年数码相框行业整体规划	117
二、数码相框行业面临洗牌预测	118
三、2010-2015年数码相框行业规划建议	118
第十六章 数码相框企业管理策略建议	120
第一节 市场策略分析	120
一、数码相框价格策略分析	120
二、数码相框渠道策略分析	120
第二节 销售策略分析	120
第三节 提高数码相框企业竞争力的策略	121
第四节 对我国数码相框品牌的战略思考	121
一、数码相框实施品牌战略的意义	121
二、数码相框企业品牌战略构成分析	122
三、我国数码相框企业的品牌战略	123
四、数码相框品牌战略管理的策略	124

【图表目录】

图表 1 用于数码相框的平台及其主要参数	15
图表 2 用于数码相框的平台其他次要参数	16
图表 3 数码相框产品形态	16
图表 4 近年中国数码相框市场供给总量表	23
图表 5 2005-2009年中国数码相框市场销量及增长率	24
图表 6 2005-2009年中国数码相框市场销售量行业结构变化趋势	24
图表 7 1978-2009年中国人口构成统计表	41
图表 8 1990-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率	42
图表 9 1978-2009年我国总人口增长趋势图	42
图表 10 2009年人口数及其构成	43
图表 11 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表	44
图表 12 中国城乡居民收入走势对比	45
图表 13 2008-2010年6月中国价格指数统计表	46

图表 14 2008-2010年6月中国价格指数月度走势图	46
图表 15 2009年度中国数码相框市场认知度	47
图表 16 2009年度中国最受用户关注的十大数码相框品牌排名	48
图表 17 2009年度中国最受用户关注的十大数码相框品牌分布	48
图表 18 2009年度中国最受用户关注的十款数码相框产品排名	50
图表 19 2009年度中国最受用户关注的十款数码相框产品关注比例分布	50
图表 20 2005-2010年中国数码相框销量增长情况	51
图表 21 2005-2010年中国数码相框销量增速情况	52
图表 22 2010年8月底华北数码相框所属行业企业数量表	53
图表 23 2010年1-8月华北数码相框所属行业销售额及营业收入指标	53
图表 24 2010年1-8月华北数码相框所属行业资产情况	53
图表 25 2010年1-8月华北数码相框所属行业成本费用情况	53
图表 26 2010年8月底东北地区数码相框所属行业企业数量表	54
图表 27 2010年1-8月东北地区数码相框所属行业销售额及营业收入指标	54
图表 28 2010年1-8月东北地区数码相框所属行业资产情况	54
图表 29 2010年1-8月东北地区数码相框所属行业成本费用情况	54
图表 30 2010年8月底华东地区数码相框所属行业企业数量表	55
图表 31 2010年1-8月华东地区数码相框所属行业销售额及营业收入指标	55
图表 32 2010年1-8月华东地区数码相框所属行业资产情况	55
图表 33 2010年1-8月华东地区数码相框所属行业成本费用情况	56
图表 34 2010年8月底华南地区数码相框所属行业企业数量表	56
图表 35 2010年1-8月华南地区数码相框所属行业销售额及营业收入指标	56
图表 36 2010年1-8月华南地区数码相框所属行业资产情况	56
图表 37 2010年1-8月华南地区数码相框所属行业成本费用情况	56
图表 38 2010年8月底华中地区数码相框所属行业企业数量表	57
图表 39 2010年1-8月华中地区数码相框所属行业销售额及营业收入指标	57
图表 40 2010年1-8月华中地区数码相框所属行业资产情况	57
图表 41 2010年1-8月华中地区数码相框所属行业成本费用情况	57
图表 42 2010年8月底西南及西北地区数码相框所属行业企业数量表	58
图表 43 2010年1-8月西南及西北地区数码相框所属行业销售额及营业收入指标	58
图表 44 2010年1-8月西南及西北地区数码相框所属行业资产情况	58
图表 45 2010年1-8月西南及西北地区数码相框所属行业成本费用情况	58

图表 46 2009-2010年不同规模数码相框企业总体投资结构 59

图表 47 2009-2010年不同所有制形式数码相框企业总体投资结构 59

图表 48 2009-2010年不同规模数码相框企业总体投资增速对比 59

图表 49 2009-2010年不同所有制形式数码相框企业总体投资增速对比 60

图表 50 2009年底中国数码相框资产分布 60

图表 51 2007-2009年国内数码相框市场销售规模情况 69

图表 52 2007-2009年国内数码相框整体市场销售规模情况 70

图表 53 2001-2010年中国数码相框产量估测图 70

图表 54 2007-2009年中国数码相框行业产销量统计表 73

图表 55 2009-2010年度中国数码相框行业销售成本统计 74

图表 56 2009-2010年度中国数码相框行业销售税金及附加统计 74

图表 57 2009-2010年度中国数码相框行业销售费用统计 74

图表 58 2009-2010年度中国数码相框行业管理费用统计 75

图表 59 2009-2010年度中国数码相框行业财务费用统计 75

图表 60 2009-2010年度中国数码相框行业利润总额 76

图表 61 2009-2010年度中国数码相框行业不同规模企业利润总额比较 76

图表 62 2009-2010年度中国数码相框行业不同所有制企业利润总额比较 76

图表 63 2009-2010年度中国数码相框销售利润率情况 76

图表 64 2009-2010年度中国数码相框行业不同规模企业销售利润率比较 76

图表 65 2009-2010年度中国数码相框行业不同所有制企业销售利润率比较 77

图表 66 2009-2010年度中国数码相框总资产利润率情况 77

图表 67 2009-2010年度中国数码相框行业不同规模企业总资产利润率比较 77

图表 68 2009-2010年度中国数码相框行业不同所有制企业总资产利润率比较 77

图表 69 索尼数字产品（无锡）有限公司 79

图表 70 2008-2009年索尼数字产品（无锡）有限公司主要经济指标 79

图表 71 2008-2009年 索尼数字产品（无锡）有限公司工业总产值及存货产成品指标表 79

图表 72 2008-2009年索尼数字产品（无锡）有限公司主营收入及各项成本指标表 80

图表 73 2008-2009年索尼数字产品（无锡）有限公司偿债能力指标表 80

图表 74 2008-2009年索尼数字产品（无锡）有限公司偿债比率指标表 80

图表 75 2008-2009年索尼数字产品（无锡）有限公司利润指标表 80

图表 76 2008-2009年索尼数字产品（无锡）有限公司盈利比率（能力）指标表 81

图表 77 北京华旗资讯数码科技有限公司 81

图表 78 2008-2009年北京华旗资讯数码科技有限公司主要经济指标 81

图表 79 2008-2009年 北京华旗资讯数码科技有限公司工业总产值及存货产成品指标表 81

图表 80 2008-2009年北京华旗资讯数码科技有限公司主营收入及各项成本指标表 82

图表 81 2008-2009年北京华旗资讯数码科技有限公司偿债能力指标表 82

图表 82 2008-2009年北京华旗资讯数码科技有限公司偿债比率指标表 82

图表 83 2008-2009年北京华旗资讯数码科技有限公司利润指标表 82

图表 84 2008-2009年北京华旗资讯数码科技有限公司盈利比率（能力）指标表 83

图表 85 北京纽曼理想数码科技有限公司 83

图表 86 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司主要经济指标 83

图表 87 2008-2009年 北京纽曼理想数码科技有限公司工业总产值及存货产成品指标表 84

图表 88 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司主营收入及各项成本指标表 84

图表 89 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司偿债能力指标表 84

图表 90 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司偿债比率指标表 84

图表 91 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司利润指标表 85

图表 92 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司盈利比率（能力）指标表 85

图表 93 乐金飞利浦液晶显示（南京）有限公司 85

图表 94 2008-2009年乐金飞利浦液晶显示（南京）有限公司主要经济指标 86

图表 95 2008-2009年 乐金飞利浦液晶显示（南京）有限公司工业总产值及存货产成品指标表
86

图表 96 2008-2009年乐金飞利浦液晶显示（南京）有限公司主营收入及各项成本指标表 86

图表 97 2008-2009年乐金飞利浦液晶显示（南京）有限公司偿债能力指标表 86

图表 98 2008-2009年乐金飞利浦液晶显示（南京）有限公司偿债比率指标表 87

图表 99 2008-2009年乐金飞利浦液晶显示（南京）有限公司利润指标表 87

图表 100 2008-2009年乐金飞利浦液晶显示（南京）有限公司盈利比率（能力）指标表 87

图表 101 天津市长城电子公司 88

图表 102 2008-2009年天津市长城电子公司主要经济指标 88

图表 103 2008-2009年 天津市长城电子公司工业总产值及存货产成品指标表 88

图表 104 2008-2009年天津市长城电子公司主营收入及各项成本指标表 88

图表 105 2008-2009年天津市长城电子公司偿债能力指标表 89

图表 106 2008-2009年天津市长城电子公司偿债比率指标表 89

图表 107 2008-2009年天津市长城电子公司利润指标表 89

图表 108 2008-2009年天津市长城电子公司盈利比率（能力）指标表 89

图表 109 四川长虹电子集团公司 90

图表 110 2008-2009年四川长虹电子集团公司主要经济指标 90

图表 111 2008-2009年 四川长虹电子集团公司工业总产值及存货产成品指标表 90

图表 112 2008-2009年四川长虹电子集团公司主营收入及各项成本指标表 91

图表 113 2008-2009年四川长虹电子集团公司偿债能力指标表 91

图表 114 2008-2009年四川长虹电子集团公司偿债比率指标表 91

图表 115 2008-2009年四川长虹电子集团公司利润指标表 91

图表 116 2008-2009年四川长虹电子集团公司盈利比率（能力）指标表 92

图表 117 西安北方光电有限公司 92

图表 118 2008-2009年西安北方光电有限公司主要经济指标 92

图表 119 2008-2009年 西安北方光电有限公司工业总产值及存货产成品指标表 92

图表 120 2008-2009年西安北方光电有限公司主营收入及各项成本指标表 93

图表 121 2008-2009年西安北方光电有限公司偿债能力指标表 93

图表 122 2008-2009年西安北方光电有限公司偿债比率指标表 93

图表 123 2008-2009年西安北方光电有限公司利润指标表 94

图表 124 2008-2009年西安北方光电有限公司盈利比率（能力）指标表 94

图表 125 产业链主要构成 96

图表 126 2008年数码相框价格段的分布统计图 98

图表 127 SWOT分析表 99

图表 128 行业波特五力模型 101

图表 129 波特五力模型与一般战略的关系 102

图表 130 低成本数码相框方案的硬件结构框图 112

图表 131 主芯片LPC2103的内部方块图 112

图表 132 方案的硬件功能框图 114

图表 133 2010-2015年中国数码相框供给量预测 115

图表 134 2010-2015年中国数码相框销量预测 115

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201011/53589.html>