

2007-2008年中国照相器材 市场研究及前景预测报告

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

《2007-2008年中国照相器材市场研究及前景预测报告》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/200806/1883.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

【报告名称】2007-2008年中国照相器材市场研究及前景预测报告

【关键字】照相器材 市场 研究 前景 预测

【出版日期】2008

【交付方式】Email电子版/特快专递 0 0

【价 格】纸介版：6500元 电子版：6500元 纸介+电子：6800元

【订购电话】010-80993936 80993963

第一章 2007-2008年中国照相器材产业发展环境分析

第一节 2007-2008年中国照相器材产业经济发展环境分析

一、经济发展飞速分析

二、恩格尔系数分析

三、物价持续上涨

第二节 2007-2008年中国照相器材产业社会环境发展分析

第三节 2007-2008年中国照相器材产业政策发展环境分析

一、零关税影响分析

二、中国照相机行业自律公约

三、中国照相器材产业相关政策分析

第二章 2007-2008年中国照相器材产业运行结构分析

第一节 2007-2008年中国照相器材产业发展市场分析

一、外资品牌占据中国照相器材市场分析

二、2007年中国照相器材技术更新分析

三、中国现是世界最大的照相器材生产国

第二节 2007-2008年中国照相器材产业发展所在问题分析

一、中国照相器材产业不足分析

二、中国照相器材产业发展制约因素分析

三、中国照相器材产业发展所存问题分析

第三节 2007-2008年中国照相器材产业发展策略分析

第三章 2007-2008年中国照相器材市场营运状况及动向分析

第一节 2007-2008年中国照相器材市场发展分析

一、中国照相器材产品价格下降分析

二、中国照相器材产品出口情况分析

三、中国照相器材市场需求量不断提高市场分析

第二节 2007-2008年中国数码相机市场消费者市场调查分析

一、调查对象基本情况分析

二、市场拥有率分布情况分析

三、潜在用户的消费行为市场调查分析

四、实际用户的消费行为市场调查分析

第三节 2007-2008年中国照相器材市场发展特征分析

第四章 2007-2008年世界照相器材产业发展形势分析

第一节 2007-2008年世界照相器材产业发展状况分析

一、世界数码相机出货量分析

二、世界照相器材品牌竞争分析

三、2007-2008年世界照相器材市场特点分析

第二节 2007-2008年世界主要照相器材生产国市场态势分析

一、日本照相器材市场态势分析

二、德国照相器材市场态势分析

三、美国照相器材市场态势分析

第三节 2008-2012年世界照相器材产业发展形势预测分析

第五章 2007-2008年世界著名照相器材企业经营战略分析

第一节 柯达公司

一、企业概况

二、经营分析

三、未来发展策略分析

第二节 索尼公司

一、企业概况

二、经营分析

三、未来发展策略分析

第三节 尼康公司

一、企业概况

二、经营分析

三、未来发展策略分析

第四节 富士胶卷株式会社

一、企业概况

二、经营分析

三、未来发展策略分析

第五节 佳能株式会社

一、企业概况

二、经营分析

三、未来发展策略分析

第六节 奥林巴斯光学工业株式会社

一、企业概况

二、经营分析

三、未来发展策略分析

第六章 2007-2008年中国照相器材分类市场需求情况分析

第一节 镜头市场需求情况分析

第二节 胶卷市场需求情况分析

第三节 胶片市场需求情况分析

第四节 照相机市场需求情况分析

第五节 数码照相机市场需求情况分析

第七章 2007-2008年中国照相器材市场经营结构分析

第一节 2007-2008年中国照相器材产业经营目前态势分析

一、品牌经营分析

二、技术经营分析

三、价格经营分析

第二节 2007-2008年中国照相器材产业集中度市场分析

一、企业集中度市场分析

二、区域集中度市场分析

三、市场集中度市场分析

第三节 2007-2008年中国照相器材产业经营所存问题分析

第八章 2007-2008年中国照相器材主要生产企业经营情况分析

第一节 中国乐凯胶片集团

一、企业概况

二、经营分析

三、未来发展策略分析

第二节 上海海鸥照相机有限公司

一、企业概况

二、经营分析

三、未来发展策略分析

第三节 天津三星光电子有限公司

一、企业概况

二、经营分析

三、未来发展策略分析

第四节 凤凰光学仪器集团公司

一、企业概况

二、经营分析

三、未来发展策略分析

第九章 2007-2008年中国旅游业发展综合分析

第一节 2007-2008年中国旅游业发展状况分析

一、中国红色旅游生命力分析

二、中国旅游业进入高速发展时期

三、塑造旅游产业集群品牌

第二节 2007-2008年中国旅游业在国民经济中的地位分析

一、旅游业现已是中国经济发展的先导部门

二、旅游业成为中国的支柱产业

三、中国旅游业在世界旅游中举足轻重

第三节 2007-2008年中国旅游业发展面临的挑战与发展策略分析

一、中国的旅游业发展缓慢

二、中国旅游资源的产权问题分析

三、应构建中国现代旅游资源产权制度

四、中国旅游业持续发展需注意的问题

第十章 2008-2012年中国照相器材产业发展形势分析

第一节 2008-2012年中国照相器材行业发展形势分析

- 一、中国照相器材产业技术形势分析
- 二、中国照相器材产业集中度预测分析
- 三、中国照相器材产业规模预测分析

第二节 2008-2012年中国照相器材市场发展预测分析

- 一、中国照相器材需求预测分析
- 二、中国照相器材产量预测分析
- 三、中国照相器材进出口预测分析
- 四、中国照相器材价格走势预测分析

第十一章 2008-2012年中国照相器材行业投资机遇与风险分析

第一节 2008-2012年中国照相器材行业投资环境分析

第二节 2008-2012年中国照相器材行业投资周期分析

- 一、中国照相器材行业经济周期分析
- 二、中国照相器材行业成熟度分析
- 三、中国照相器材行业增长性与波动性分析

第三节 2008-2012年中国照相器材行业投资机遇分析

- 一、投资潜力分析
- 二、吸引力分析
- 三、盈利水平分析
- 四、融资方式分析

第四节 2008-2012年中国照相器材行业投资风险预警分析

第十二章 2008-2012年中国照相器材行业发展预测

第一节 未来照相器材行业发展趋势分析

- 一、未来照相器材发展分析
- 二、未来照相器材行业技术开发方向
- 三、总体行业“十一五”整体规划及预测

第二节 2008-2012年照相器材行业运行状况预测

- 一、2008-2012年照相器材行业工业总产值预测
- 二、2008-2012年照相器材行业销售收入预测

三、2008-2012年照相器材行业总资产预测

图表目录

图表：生产数码相机的五大企业分布格局一览

图表：2007年数码相机市场七大区域关注比例分布对比

图表：2007年主流11家企业在七大区域市场关注比例分布状况

图表：2007年佳能七大区域市场经销商数量变化

图表：2007年索尼七大区域市场经销商数量变化

图表：2007年三星七大区域市场经销商数量变化

图表：2007年尼康七大区域市场经销商数量变化

图表：2006年对胶卷品牌的熟悉度比较

图表：2006年对胶卷品牌的质量售后服务的比较

图表：2006年胶卷品牌消费者购买意愿比较

图表：柯达中港台业务概况分析

图表：柯达Bayer滤色片

图表：柯达新型“全色”滤色片

图表：2006年照相机产量全国合计

图表：2006年照相机产量北京市合计

图表：2006年照相机产量天津市合计

图表：2006年照相机产量河北省合计

图表：2006年照相机产量上海市合计

图表：2006年照相机产量江苏省合计

图表：2006年照相机产量浙江省合计

图表：2006年月照相机产量福建省合计

图表：2006年照相机产量江西省合计

图表：2006年照相机产量广东省合计

图表：2007年照相机产量全国合计

图表：2007年照相机产量北京市合计

图表：2007年照相机产量天津市合计

图表：2007年照相机产量上海市合计

图表：2007年照相机产量江苏省合计

图表：2007年照相机产量浙江省合计

图表：2007年照相机产量福建省合计

图表：2007年照相机产量江西省合计

图表：2007年照相机产量广东省合计

图表：2006年照相机及器材制造销售收入前十家企业

图表：2006年照相机及器材制造全国合计

图表：2006年照相机及器材制造北京市合计

图表：2006年照相机及器材制造天津市合计

图表：2006年照相机及器材制造辽宁省合计

图表：2006年照相机及器材制造上海市合计

图表：2006年照相机及器材制造江苏省合计

图表：2006年照相机及器材制造浙江省合计

图表：2006年照相机及器材制造福建省合计

图表：2006年照相机及器材制造江西省合计

图表：2006年照相机及器材制造山东省合计

图表：2006年照相机及器材制造湖北省合计

图表：2006年照相机及器材制造广东省合计

图表：2006年照相机及器材制造四川省合计

图表：2006年照相机及器材制造甘肃省合计

图表：2006年照相机及器材制造宁夏区合计

图表：2007年照相机及器材制造销售收入前十家企业

图表：2007年照相机及器材制造全国合计

图表：2007年照相机及器材制造北京市合计

图表：2007年照相机及器材制造天津市合计

图表：2007年照相机及器材制造辽宁省合计

图表：2007年照相机及器材制造上海市合计

图表：2007年照相机及器材制造江苏省合计

图表：2007年照相机及器材制造浙江省合计

图表：2007年照相机及器材制造福建省合计

图表：2007年照相机及器材制造江西省合计

图表：2007年照相机及器材制造山东省合计

图表：2007年照相机及器材制造湖北省合计

图表：2007年照相机及器材制造广东省合计

图表：2007年照相机及器材制造四川省合计

图表：2007年照相机及器材制造宁夏区合计

图表：2002-2007年各种性质企业在中国数字照相机出口金额中所占比例

图表：2003-2007年各种性质企业数字照相机出口金额增幅

图表：2002-2007年各种贸易方式在中国数字照相机出口金额中所占比例

图表：2003-2007年中国数字照相机进口金额及增幅

图表：2002-2007年各种性质企业在中国数字照相机进口金额中所占比例

图表：常用照相器材分类表一览

图表：主要照相器材行业属性

图表：2006-2012年世界相机市场预测分析

图表：主要日商在大陆之布局

图表：2003-2008年美国数码相机产量趋势分析

图表：2000-2007年中国数码相机销售量及增长率

图表：2007年中国数码相机市场份额

图表：2007年度最受用户喜爱的数码相机品牌

图表：2007年照相机及零附件出口量值表一览

图表：2007年不同性别的消费群体分布状况

图表：不同年龄段消费群体分布状况

图表：不同受教育程度的消费群体分布状况

图表：不同职业的消费群体分布状况

图表：不同月均收入的消费群体分布状况

图表：数码相机市场占有率分布状况

图表：实际用户购买产品所属品牌与二次换机用户计划更换产品品牌分布对比

图表：佳能用户二次换机品牌分

图表：2007年索尼用户二次换机品牌分布

图表：2007年柯达用户二次换机品牌分布

图表：2007年尼康用户二次换机品牌分布

图表：2007年三星用户二次换机品牌分布

图表：奥林巴斯用户二次换机品牌分布

图表：拥有产品时间分布

图表：购机时间选择分布状况

图表：计划购买到实际购买的时间差距分布特征

图表：像素分布状况

图表：价位区间分布状况

图表：实际用户购买的数码相机在价位与像素上的分布状况

图表：数码相机特征分布状况

图表：数码相机的使用频率分布特征

图表：受影响的信息来源分布状况

图表：品牌分布状况

图表：计划购买时间分布状况

图表：不同选购时间分布比例对比

图表：计划购买产品时间分布对比

图表：不同机型分布比例对比

图表：不同类型产品的品牌分布状况

图表：计划选购数码相机特征分布状况

图表：实际用户与潜在用户选购数码相机外观分布特征对比

图表：潜在用户计划购买产品外观色彩分布状况

图表：潜在用户对不同数码相机技术关注分布状况

图表：可接受价位区间分布状况

图表：实际用户与潜在用户计划购买产品价位区间分布对比

图表：像素分布状况

图表：实际用户与潜在用户购买产品像素分布比例对比

图表：主流价位区间不同像素产品分布状况

图表：不同价格差距对潜在用户的购买影响分布状况

图表：获知产品信息的渠道分布状况

图表：影响购买行为的主要信息来源分布

图表：不同传播渠道对实际用户与潜在用户的影响分布对比

图表：选购数码相机地点分布状况

图表：不同促销方式分布状况

图表：2007年中国市场最受关注的15大数码相机品牌排行榜

图表：2007年六大日系企业关注比例走势对比

图表：2007年三大非日系企业关注比例走势对比

图表：2007年全国七大区域市场数码相机关注比例分布

图表：2007年华北区域市场十大数码相机企业关注比例分布

图表：2007年华南区域市场十大数码相机企业关注比例分布

图表：2007年华东区域市场十大数码相机企业关注比例分布

图表：2007年不同机身类型产品关注比例分布对比

图表：2007年不同机身类型产品关注比例走势对比

图表：2007年不同机身类型数码相机关注变化状况

图表：2007年不同价位消费类数码相机关注比例分布

图表：2007年主流价位消费类数码相机关注比例走势

图表：2007年不同价位单反数码相机关注比例分布

图表：2007年主流价位单反数码相机关注比例走势

图表：2007年不同像素数码相机关注比例分布

图表：2007年主流像素数码相机关注比例走势

图表：2007年主流像素数码相机关注变化状况

图表：2007年不同光学变焦倍数数码相机关注比例分布

图表：2007年不同光学变焦数码相机关注比例走势

图表：2007年中国数码相机市场价格指数走势

图表：2007年不同机身类型数码相机价格指数走势对比

图表：2007年主流像素数码相机价格指数走势对比

图表：2007年数码相机市场均价走势监测

图表：2007年消费类数码相机市场均价走势监测

图表：2007年单反类数码相机市场均价走势监测

图表：2007年主流单反数码相机企业产品均价对比

图表：各类非常用照相机及性能简介

图表：2007年和2006年数码相机产品广告费用各月变化情况

图表：2006年数码相机企业主投产品型号与主题

图表：2007年中国数码相机市场七大区域经销商数量分布

图表：2007年七大区域经销商数量分布对比

图表：2007年数码相机市场经销商数量最多的前15大企业分布

图表：2007年华北区域市场主流企业经销商数量分布

图表：2007年华东区域市场主流企业经销商数量分布对比

图表：2007年东北区域市场主流企业经销商数量分布对比

图表：2007年华中区域市场主流企业经销商数量分布对比

图表：2007年西北区域市场主流企业经销商数量分布对比

图表：2007年西南区域市场主流企业经销商数量分布对比

图表：生产数码相机的五大企业比较

图表：柯达采用新型滤色片的图像传感器感光单元的排列形式

图表：2007年索尼公司财政业绩

图表：2007-2008年凤凰光学股份有限公司每股指标

图表：2007-2008年凤凰光学股份有限公司获利能力表

图表：2007-2008年凤凰光学股份有限公司经营能力表

图表：2007-2008年凤凰光学股份有限公司偿债能力表

图表：2007-2008年凤凰光学股份有限公司资本结构表

图表：2007-2008年凤凰光学股份有限公司发展能力表

图表：2007-2008年凤凰光学股份有限公司现金流量分析表

图表：2007-2008年凤凰光学股份有限公司利润分配表

图表：2007-2008年乐凯胶片股份有限公司主营构成表

图表：2007-2008年乐凯胶片股份有限公司每股指标

图表：2007-2008年乐凯胶片股份有限公司获利能力表

图表：2007-2008年乐凯胶片股份有限公司经营能力表

图表：2007-2008年乐凯胶片股份有限公司偿债能力表

图表：2007-2008年乐凯胶片股份有限公司资本结构表

图表：2007-2008年乐凯胶片股份有限公司发展能力表

图表：2007-2008年乐凯胶片股份有限公司现金流量分析表

图表：2007-2008年乐凯胶片股份有限公司利润分配表

图表 2008-2012年中国照相器材行业市场规模预测分析

图表 2008-2012年中国照相器材行业市场产销预测分析

图表 2008-2012年中国照相器材行业市场进出口预测分析

图表 2008-2012年中国照相器材行业市场价格预测分析

图表 2008-2012年中国照相器材行业市场成本预测分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1883.html>