

2010-2015年中国学习机行业 发展前景预测及投资风险研究报告

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年中国学习机行业发展前景预测及投资风险研究报告》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/201003/35128.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

自学习机诞生以来，它就一直吸引着千千万万个学子及他们背后那些望子成龙的家长们。全球化的金融风潮全面来袭，各行各业都受到了不小的冲击。但学习机市场不降反升，依然火爆。有数据显示，2008年，我国城市的家庭教育消费占家庭消费的65.5%，有56.5%的家长已把孩子教育投资列为第一位，国际教育研究所表明，80%的家长承认自己不懂家教，因此为孩子选择好的教育方法而费尽心心。而54.7%的学生准备在半年内购买学习机。而且中国学生人数众多，初步估计：如果一个城市的总人口数为300万，那么5-15岁的适龄儿童数量应占54万左右，按市场占有率30%计算，那么消费客户数量至少为16万人左右，这是不可想象的数字。全国小学在校生人数10864.07万人，这个蛋糕将是巨大的。相对与传统的电子词典，复读机，2009年电教产品市场的一大亮点是一体化、功能兼容性更强、资料更齐全和功能更丰富的点读机。随着产品价格的下降，人们对这个产品的认知度也有了比较高的提升。2009年，国内点读机市场需求旺盛，点读机更是电教产品中销售最好的。在北京等城市的中小學生群体中，40人左右的班级，将近75%的学生拥有点读机。在中关村各主要商场，点读机的销量几乎比复读机多一倍。电子教育行业容量还远未达到饱和，预计高达600亿元以上。目前，点读机在国外的普及率高达80%以上，国内普及率还不到8%。因此目前市场争夺也日益激烈，各厂商都通过各种活动进行暑期的促销活动。伴随着消费者的需求增加，点读机市场前景看好，以“技术”为核心的市场竞争将更加白热化，将促进点读机的更新换代。同时，企业对专利产权保护意识的日益加强，也将推动电子教育行业竞争环境的规范。因此，技术实力雄厚的品牌，才能确保在市场角逐中胜出。

学习机在2003年中国市场兴起以来，市场缺少统一的规范。在缺少监督与标准的前提下，部分厂商以“争夺利润”为第一要务，夸大宣传、虚假广告、产品暴利等问题层出不穷。业内跟风现象，技术同质化问题十分严重。曾在短短一年的时间，出现了“百家争鸣”的壮观场面，最终导致该产业恶性循环。春育秋收，春华秋实，事物生长期是平稳而有序的。2008年全球电子阅读器销量70万台，2009年增长到350万台，增长率超过400%。2010年全球电子阅读器市场规模将达930万台、2011年达1,621万台、2012年达2,278万台、2013年达2,801万台。在2010年，虽然美国仍将是电子阅读器的最大市场，但中国市场的成长将是最大热点。2010年中国市场将占全球市场的30%，在数量上将有近300万的规模。但以中国市场迅速成长以及庞大人口基数的特性，其规模应该更大。直到2013年，全球电子阅读器市场都将保持124%的年复合增长率，并将在2013年底突破25亿美元市场规模。可以预见，由传统纸质出版物模式向多元化的网络模式转型的趋势更明确，速度更快。

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、国家发改委、国家商务部、国家工业和信息化部、国务院发展研究中心、国家海关总署、文化办公设备协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及学习机科研单位等公布和提供的大量资料，结合对学习机相关企业的实地调查，对我国学习机行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了学习机行业的前景与风险。报告揭示了学习机市场潜在需求与潜在机会，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

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状与前景分析

第一章 全球学习机行业发展分析 1

第一节 全球学习机行业分析 1

一、全球学习机产品及特点分析 1

二、全球学习机市场分析 3

第二节 部分 国家地区学习机行业发展状况 4

一、美国学习机行业发展分析 4

二、欧洲学习机行业发展分析 8

三、韩国学习机行业发展分析 10

第二章 全球学习机行业发展分析 12

第一节 中国学习机行业发展轨迹综述 12

一、中国学习机行业发展历程 12

二、中国学习机行业发展面临的问题 13

三、中国学习机行业技术发展现状及趋势 17

第二节 我国学习机行业发展状况 18

一、中国学习机行业发展回顾 18

二、学习机行业发展情况分析 20

三、我国学习机市场特点分析 21

四、我国学习机市场发展分析 23

第三节 中国学习机行业供需分析 28

一、中国学习机市场供给分析	28
二、中国学习机市场需求分析	31
第三章 中国学习机行业经济运行分析	34
第一节 2009年学习机行业运行情况分析	34
一、2009年电子器件制造行业经济指标分析	34
二、2009年学习机行业收入前九家企业	35
第二节 2009年学习机行业产量分析	36
一、2009年我国微型计算机设备产量分析	36
二、2009年我国学习机产品产量分析	41
第三节 2009年学习机行业进出口分析	42
一、我国视频信号录制或重放设备进出口数量分析	42
二、我国视频信号录制或重放设备进出口金额分析	51
第四章 学习机消费市场调查分析	60
第一节 学习机产品目标客户群体调查	60
一、不同收入水平消费者偏好调查	60
二、不同年龄的消费者偏好调查	60
第二节 学习机产品的品牌市场调查	62
一、消费者对学习机品牌认知度宏观调查	62
二、消费者对学习机产品的品牌偏好调查	62
三、消费者对学习机品牌的首要认知渠道	62
四、学习机品牌忠诚度分析	63
五、学习机品牌市场占有率调查	65
六、消费者的消费理念调研	65
第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析	68
一、价格敏感程度	68
二、品牌的影响	68
三、购买方便的影响	69
四、广告的影响程度	69
五、包装的影响程度	70
第五章 中国学习机行业区域市场分析	71
第一节 华北地区学习机行业分析	71
一、河北学习机市场分析	71

二、北京学习机市场分析	73
三、内蒙古学习机市场分析	73
第二节 东北地区学习机行业分析	74
第三节 华东地区学习机行业分析	76
一、江苏学习机市场分析	76
二、安徽学习机市场分析	77
三、福建学习机市场分析	77
四、山东学习机市场分析	79
第四节 西南地区学习机行业分析	79
一、四川学习机市场分析	79
二、云南学习机市场分析	81
第五节 其他地区学习机市场分析	82
一、珠海学习机市场分析	82
二、宁夏学习机市场分析	83
第六章 学习机行业投资与发展前景分析	85
第一节 学习机行业投资经济环境分析	85
一、2009年中国GDP分析	88
二、2009年城乡居民家庭人均可支配收入	108
三、恩格尔系数	109
四、2009年工业发展形势分析	109
五、2009年存贷款利率变化	117
六、2009年财政收支状况	119
第二节 学习机行业投资机会分析	120
一、学习机投资项目分析	120
二、学习机投资机遇分析	133
第三节 学习机行业发展前景分析	134
一、学习机市场发展前景分析	134
二、我国学习机市场蕴藏的商机	134
三、金融危机下学习机市场的发展前景	136
第二部分 市场竞争格局与形势分析	
第七章 学习机行业竞争格局分析	137
第一节 竞争结构分析	137

一、竞争层次分析	137
二、竞争厂商分析	137
三、供应商议价能力	137
四、客户议价能力	138
第二节 学习机行业集中度分析	139
一、区域集中度分析	139
二、品牌集中度分析	139
第三节 学习机行业主要企业竞争力分析	140
一、重点企业经营规模分析	140
二、重点企业核心竞争力分析	141
三、重点企业机构员工分析	142
四、重点企业销售范围分析	143
五、重点企业产品对比分析	144
六、重点企业营业收入对比分析	145
第八章 2009-2012年中国学习机行业发展形势分析	147
第一节 学习机行业发展概况	147
一、学习机行业发展特点分析	147
二、学习机行业产品发展分析	147
第二节 2008-2009年学习机行业市场情况分析	149
一、学习机行业市场发展分析	149
二、学习机市场存在的问题	151
三、学习机市场规模分析	156
第三节 2009-2012年学习机行业发展形势分析	156
一、学习机行业发展形势	156
二、2009年整体经营环境分析	157
三、2009年商家盈利形势分析	157
四、2009年消费者购买力走势	157
五、2009-2012年商家应对新形势的选择	158
六、2009-2012年厂家应对新形势的选择	158
第四节 2009-2012年产品发展趋势预测	158
一、产品发展新动态	158
二、技术新动态	160

三、产品发展趋势预测 161

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国学习机行业整体运行指标分析 163

第一节 2009年中国学习机行业总体规模分析 163

一、企业数量分析 163

二、企业生产经营分析 163

第二节 2009年中国学习机行业产销分析 164

一、行业产成品情况总体分析 164

二、行业产品销售收入总体分析 165

第三节 2009年年中国学习机行业财务指标总体分析 165

一、行业盈利能力分析 165

二、行业偿债能力分析 166

三、行业发展能力分析 167

第十章 学习机行业赢利水平分析 168

第一节 成本分析 168

一、学习机成本分析 168

二、行业人工成本分析 169

三、学习机原材料成本分析 169

四、人民币汇率走势 170

第二节 产销运存分析 171

一、2005-2009年学习机行业产销情况 171

二、2009年电子器件制造行业资金周转情况 172

第十一章 学习机行业盈利能力分析 173

第一节 2009年中国学习机行业利润总额分析 173

一、利润总额分析 173

二、不同规模企业利润总额比较分析 173

三、不同所有制企业利润总额比较分析 174

第二节 2009年中国学习机行业销售产值分析 176

一、工业销售产值分析 176

二、不同规模企业销售产值分析 176

三、不同所有制企业销售产值分析 177

第三节 2009年中国学习机行业总资产分析 178

一、总资产分析	178
二、不同规模企业总资产比较分析	179
三、不同所有制企业总资产比较分析	180
第十二章 学习机重点企业发展分析	182
第一节 步步高	182
一、企业概况	182
二、2008-2009年财务分析	183
三、公司经营情况分析	187
四、企业发展动态	188
第二节 诺亚舟	189
一、企业概况	189
二、企业发展动态	191
三、公司经营状况分析	193
第三节 小霸王	195
一、企业概况	195
二、公司营销分析	196
三、公司发展动态	196
第四节 好记星	197
一、企业概况	197
二、企业发展动态	198
第五节 读书郎	200
一、企业概况	200
二、企业发展动态	201
第六节 名人	202
一、企业概况	202
二、企业发展动态	203
第七节 好易通	205
一、企业概况	205
二、企业发展动态	206
第八节 快易典	208
一、企业概况	208
二、企业产品分析	210

三、企业优势分析 212

四、企业发展动态 213

第九节 安键 214

一、企业概况 214

二、企业发展分析 214

三、企业发展动态 216

第十节 汉王科技股份有限公司 217

一、公司概况 217

二、2008-2009年财务分析 218

三、公司经营情况分析 222

四、公司发展分析 223

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 学习机行业投资策略分析 227

第一节 行业发展特征 227

一、行业的周期性 227

二、行业的上下游 227

三、行业经营模式 237

四、行业产业链模式分析 240

第二节 行业投资形势分析 250

一、行业发展格局 250

二、行业进入壁垒 254

三、行业SWOT分析 257

第三节 学习机行业投资效益分析 259

一、2009-2012年学习机行业投资方向 259

二、2009-2012年学习机行业投资建议 260

第十四章 学习机行业投资风险预警 264

第一节 影响学习机行业发展的主要因素 264

第二节 学习机行业投资风险预警 265

一、电子词典投资风险预测 265

二、竞争对手模仿风险及对策 266

三、非市场因素风险分析 267

四、经营风险防范分析 267

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 学习机行业发展趋势分析 269

第一节 2009-2012年中国学习机市场趋势分析 269

一、2008-2009年我国学习机行业趋势分析 269

二、2009-2012年我国电子教育行业趋势分析 270

第二节 2009-2012年学习机产品发展趋势分析 272

一、2009-2012年学习机产品技术趋势分析 272

二、2009-2012年学习机产品价格趋势分析 275

第三节 2009-2012年学习机行业规划 276

第十六章 学习机行业投资战略研究 280

第一节 学习机行业发展战略研究 280

一、技术开发战略 280

二、产业战略规划 283

三、业务组合战略 285

四、营销战略规划 288

五、区域战略规划 290

六、企业信息化战略规划 299

第二节 我国学习机品牌的战略思考 302

一、品牌的基本含义 302

二、品牌战略在企业发展中的重要性 302

三、品牌的特性和作用 303

四、品牌的价值战略 303

五、我国品牌竞争趋势 304

六、企业品牌发展战略 304

第三节 学习机企业经营管理策略 307

一、企业经营策略综述 307

二、企业产品经营策略 308

三、企业渠道经营策略 309

四、企业并购策略分析 310

五、经济危机下企业经营管理策略 312

图表目录

图表：2009年5月数码学习机品牌关注比例分布 26

图表：2009年5月数码学习机主流价格段关注比例分布	27
图表：2009年5月数码学习机主流价格段关注比例和数量比例对比	27
图表：2009年电子器件制造行业经济指标分析	34
图表：2009年1-12月全国微型计算机设备产量合计	36
图表：2009年1-12月北京微型计算机设备产量合计	36
图表：2009年1-12月天津微型计算机设备产量合计	37
图表：2009年1-12月辽宁微型计算机设备产量合计	37
图表：2009年1-12月黑龙江微型计算机设备产量合计	38
图表：2009年1-12月上海微型计算机设备产量合计	38
图表：2009年1-12月江苏微型计算机设备产量合计	39
图表：2009年1-12月浙江微型计算机设备产量合计	39
图表：2009年1-12月福建微型计算机设备产量合计	40
图表：2009年1-12月山东微型计算机设备产量合计	40
图表：2009年1-12月广东微型计算机设备产量合计	41
图表：2009年1-12月广西微型计算机设备产量合计	41
图表：2008年1月视频信号录制或重放设备进口数量分析	42
图表：2008年2月视频信号录制或重放设备进口数量分析	42
图表：2008年3月视频信号录制或重放设备进口数量分析	42
图表：2008年一季度视频信号录制或重放设备进口数量分析	42
图表：2008年4月视频信号录制或重放设备进口数量分析	43
图表：2008年5月视频信号录制或重放设备进口数量分析	43
图表：2008年6月视频信号录制或重放设备进口数量分析	43
图表：2008年二季度视频信号录制或重放设备进口数量分析	43
图表：2008年7月视频信号录制或重放设备进口数量分析	43
图表：2008年8月视频信号录制或重放设备进口数量分析	43
图表：2008年9月视频信号录制或重放设备进口数量分析	44
图表：2008年三季度视频信号录制或重放设备进口数量分析	44
图表：2008年10月视频信号录制或重放设备进口数量分析	44
图表：2008年11月视频信号录制或重放设备进口数量分析	44
图表：2008年12月视频信号录制或重放设备进口数量分析	44
图表：2008年四季度视频信号录制或重放设备进口数量分析	44
图表：2008年全年视频信号录制或重放设备进口数量分析	45

图表：2008年1月视频信号录制或重放设备出口数量分析 45

图表：2008年2月视频信号录制或重放设备出口数量分析 45

图表：2008年3月视频信号录制或重放设备出口数量分析 45

图表：2008年一季度视频信号录制或重放设备出口数量分析 45

图表：2008年4月视频信号录制或重放设备出口数量分析 45

图表：2008年5月视频信号录制或重放设备出口数量分析 46

图表：2008年6月视频信号录制或重放设备出口数量分析 46

图表：2008年二季度视频信号录制或重放设备出口数量分析 46

图表：2008年7月视频信号录制或重放设备出口数量分析 46

图表：2008年8月视频信号录制或重放设备出口数量分析 46

图表：2008年9月视频信号录制或重放设备出口数量分析 46

图表：2008年三季度视频信号录制或重放设备出口数量分析 47

图表：2008年10月视频信号录制或重放设备出口数量分析 47

图表：2008年11月视频信号录制或重放设备出口数量分析 47

图表：2008年12月视频信号录制或重放设备出口数量分析 47

图表：2008年四季度视频信号录制或重放设备出口数量分析 47

图表：2008年全年视频信号录制或重放设备出口数量分析 47

图表：2008年1月视频信号录制或重放设备进出口总数分析 48

图表：2008年2月视频信号录制或重放设备进出口总数分析 48

图表：2008年3月视频信号录制或重放设备进出口总数分析 48

图表：2008年一季度视频信号录制或重放设备进出口总数分析 48

图表：2008年4月视频信号录制或重放设备进出口总数分析 48

图表：2008年5月视频信号录制或重放设备进出口总数分析 48

图表：2008年6月视频信号录制或重放设备进出口总数分析 49

图表：2008年二季度视频信号录制或重放设备进出口总数分析 49

图表：2008年7月视频信号录制或重放设备进出口总数分析 49

图表：2008年8月视频信号录制或重放设备进出口总数分析 49

图表：2008年9月视频信号录制或重放设备进出口总数分析 49

图表：2008年三季度视频信号录制或重放设备进出口总数分析 49

图表：2008年10月视频信号录制或重放设备进出口总数分析 50

图表：2008年11月视频信号录制或重放设备进出口总数分析 50

图表：2008年12月视频信号录制或重放设备进出口总数分析 50

图表：2008年四季度视频信号录制或重放设备进出口总数分析 50

图表：2008年全年视频信号录制或重放设备进出口总数分析 50

图表：2008年1月视频信号录制或重放设备进口金额分析 51

图表：2008年2月视频信号录制或重放设备进口金额分析 51

图表：2008年3月视频信号录制或重放设备进口金额分析 51

图表：2008年一季度视频信号录制或重放设备进口金额分析 51

图表：2008年4月视频信号录制或重放设备进口金额分析 51

图表：2008年5月视频信号录制或重放设备进口金额分析 52

图表：2008年6月视频信号录制或重放设备进口金额分析 52

图表：2008年二季度视频信号录制或重放设备进口金额分析 52

图表：2008年7月视频信号录制或重放设备进口金额分析 52

图表：2008年8月视频信号录制或重放设备进口金额分析 52

图表：2008年9月视频信号录制或重放设备进口金额分析 52

图表：2008年三季度视频信号录制或重放设备进口金额分析 53

图表：2008年10月视频信号录制或重放设备进口金额分析 53

图表：2008年11月视频信号录制或重放设备进口金额分析 53

图表：2008年12月视频信号录制或重放设备进口金额分析 53

图表：2008年四季度视频信号录制或重放设备进口金额分析 53

图表：2008年全年视频信号录制或重放设备进口金额分析 53

图表：2008年1月视频信号录制或重放设备出口金额分析 54

图表：2008年2月视频信号录制或重放设备出口金额分析 54

图表：2008年3月视频信号录制或重放设备出口金额分析 54

图表：2008年一季度视频信号录制或重放设备出口金额分析 54

图表：2008年4月视频信号录制或重放设备出口金额分析 54

图表：2008年5月视频信号录制或重放设备出口金额分析 54

图表：2008年6月视频信号录制或重放设备出口金额分析 55

图表：2008年二季度视频信号录制或重放设备出口金额分析 55

图表：2008年7月视频信号录制或重放设备出口金额分析 55

图表：2008年8月视频信号录制或重放设备出口金额分析 55

图表：2008年9月视频信号录制或重放设备出口金额分析 55

图表：2008年三季度视频信号录制或重放设备出口金额分析 55

图表：2008年10月视频信号录制或重放设备出口金额分析 56

图表：2008年11月视频信号录制或重放设备出口金额分析 56

图表：2008年12月视频信号录制或重放设备出口金额分析 56

图表：2008年四季度视频信号录制或重放设备出口金额分析 56

图表：2008年全年视频信号录制或重放设备出口金额分析 56

图表：2008年1月视频信号录制或重放设备进出口总额分析 56

图表：2008年2月视频信号录制或重放设备进出口总额分析 57

图表：2008年3月视频信号录制或重放设备进出口总额分析 57

图表：2008年一季度视频信号录制或重放设备进出口总额分析 57

图表：2008年4月视频信号录制或重放设备进出口总额分析 57

图表：2008年5月视频信号录制或重放设备进出口总额分析 57

图表：2008年6月视频信号录制或重放设备进出口总额分析 57

图表：2008年二季度视频信号录制或重放设备进出口总额分析 58

图表：2008年7月视频信号录制或重放设备进出口总额分析 58

图表：2008年8月视频信号录制或重放设备进出口总额分析 58

图表：2008年9月视频信号录制或重放设备进出口总额分析 58

图表：2008年三季度视频信号录制或重放设备进出口总额分析 58

图表：2008年10月视频信号录制或重放设备进出口总额分析 58

图表：2008年11月视频信号录制或重放设备进出口总额分析 59

图表：2008年12月视频信号录制或重放设备进出口总额分析 59

图表：2008年四季度视频信号录制或重放设备进出口总额分析 59

图表：2008年全年视频信号录制或重放设备进出口总额分析 59

图表：2009年十大学习机品牌榜分析 62

图表：2009年数码学习机品牌占有率分析 65

图表：2005-2009年GDP当季同比继续增长情况 88

图表：2006-2009年M1和M2同比增速情况 89

图表：1999-2009年城镇固定资产投资情况 90

图表：2005-2009年社会消费品零售总额情况 90

图表：2007-2009年消费品进出口情况 91

图表：2007-2009年产品出口情况 91

图表：2005-2009年CPI、PPI、CGPI同比情况 92

图表：2003-2009年经济增长情况 93

图表：2003-2009年通货膨胀情况 94

图表：2009年宏观经济预警指数分析 94

图表：2009年产业指标宏观预警指数分析 95

图表：2009年宏观经济景气指数分析 99

图表：2009年工业生产指数分析 99

图表：2009年工业从业人员分析 100

图表：2009年社会需求指数分析 100

图表：2009年社会收入指数分析 101

图表：2009年宏观经济先行指数分析 102

图表：2009年工业产品产销率分析 103

图表：2009年商品房本年新开工面积分析 103

图表：2009年投资新开工项目分析 104

图表：2009年消费者预期指数分析 104

图表：2009年港口货物吞吐量分析 105

图表：2009年货币供应量分析 105

图表：2009年沪市A股月成交金额分析 106

图表：2001-2009年工业增加值情况 114

图表：2008-2009年轻重工业增速情况 115

图表：2006-2009年工业企业利润增长情况 116

图表：人民币存款利率表分析 117

图表：人民币贷款利率表 118

图表：外汇存款利率表 118

图表：2007-2009年财政收入及其构成月度同比情况 119

图表：2009年与2003-2008年贷款月薪增额对比情况 120

图表：2008年在校人数分析 134

图表：2008年ELP市场销量分析 135

图表：2009年电子器件制造企业数量分析 163

图表：2009年电子器件制造企业亏损情况分析 163

图表：2009年电子器件制造行业产成品情况总体分析 164

图表：2009年电子器件制造行业销售收入总体分析 165

图表：2009年电子器件制造行业盈利能力分析 165

图表：2009年电子器件制造行业偿债能力分析 166

图表：2009年电子器件制造行业发展能力分析 167

图表：2005-2009年中国数码学习机市场销量及增长率分析	171
图表：2009年电子器件制造行业资金周转情况分析	172
图表：2009年电子器件制造行业利润总额分析	173
图表：2009年电子器件制造行业大型企业利润总额分析	173
图表：2009年电子器件制造行业中型企业利润总额分析	173
图表：2009年电子器件制造行业小型企业利润总额分析	174
图表：2009年电子器件制造行业集体企业利润总额分析	174
图表：2009年电子器件制造行业股份合作企业利润总额分析	174
图表：2009年电子器件制造行业股份制企业利润总额分析	175
图表：2009年电子器件制造行业私营企业利润总额分析	175
图表：2009年电子器件制造行业外商和港澳台投资企业利润总额分析	175
图表：2009年电子器件制造行业总资产分析	176
图表：2009年电子器件制造行业大型企业总资产分析	176
图表：2009年电子器件制造行业中型企业总资产分析	176
图表：2009年电子器件制造行业小型企业总资产分析	177
图表：2009年电子器件制造行业集体企业总资产分析	177
图表：2009年电子器件制造行业股份合作企业总资产分析	177
图表：2009年电子器件制造行业股份制企业总资产分析	177
图表：2009年电子器件制造行业私营企业总资产分析	178
图表：2009年电子器件制造行业外商和港澳台投资企业总资产分析	178
图表：2009年电子器件制造行业总资产分析	178
图表：2009年电子器件制造行业大型企业总资产分析	179
图表：2009年电子器件制造行业中型企业总资产分析	179
图表：2009年电子器件制造行业小型企业总资产分析	179
图表：2009年电子器件制造行业集体企业总资产分析	180
图表：2009年电子器件制造行业股份合作企业总资产分析	180
图表：2009年电子器件制造行业股份制企业总资产分析	180
图表：2009年电子器件制造行业私营企业总资产分析	180
图表：2009年电子器件制造行业外商和港澳台投资企业总资产分析	181
图表：2009年上半年步步高商业连锁股份有限公司主营构成	183
图表：2008-2009年步步高商业连锁股份有限公司每股指标	184
图表：2008-2009年步步高商业连锁股份有限公司获利能力	184

图表：2008-2009年步步高商业连锁股份有限公司经营能力 184

图表：2008-2009年步步高商业连锁股份有限公司偿债能力 185

图表：2008-2009年步步高商业连锁股份有限公司资本结构 185

图表：2008-2009年步步高商业连锁股份有限公司发展能力 185

图表：2008-2009年步步高商业连锁股份有限公司现金流量 185

图表：2008-2009年步步高商业连锁股份有限公司主营业务收入 186

图表：2008-2009年步步高商业连锁股份有限公司主营业务利润 186

图表：2008-2009年步步高商业连锁股份有限公司营业利润 186

图表：2008-2009年步步高商业连锁股份有限公司利润总额 187

图表：2008-2009年步步高商业连锁股份有限公司净利润 187

图表：2009年上半年汉王科技股份有限公司主营构成 218

图表：2008-2009年汉王科技股份有限公司每股指标 219

图表：2008-2009年汉王科技股份有限公司获利能力 219

图表：2008-2009年汉王科技股份有限公司经营能力 219

图表：2008-2009年汉王科技股份有限公司偿债能力 219

图表：2008-2009年汉王科技股份有限公司资本结构 220

图表：2008-2009年汉王科技股份有限公司发展能力 220

图表：2008-2009年汉王科技股份有限公司现金流量 220

图表：2008-2009年汉王科技股份有限公司主营业务收入 220

图表：2008-2009年汉王科技股份有限公司主营业务利润 221

图表：2008-2009年汉王科技股份有限公司营业利润 221

图表：2008-2009年汉王科技股份有限公司利润总额 221

图表：2008-2009年汉王科技股份有限公司净利润 222

图表：2009年不同中小尺寸TFT产品市场占有率分析 229

图表：2011年全球中小尺寸TFT应用前五名的市场占有率分析 229

图表：2008年不同中小尺寸TFT产品市场占有率分析 230

图表：产业链运行机制示意图分析 247

图表：产业链运行机制之间的关系分析 248

图表：产业链螺旋式发展示意图 249

图表：2006-2008年中国便携式电子学习产品市场规模及增长率 272

图表：2009 - 2011年中国便携式电子学习产品市场销售量及其发展速度预测 275

图表：区域发展战略咨询流程图 296

图表：区域SWOT战略分析图 298

图表：企业经营策略层次分析 308

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201003/35128.html>