

# 2008年中国照相器材行业研究咨询报告

## 报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2008年中国照相器材行业研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2943929439.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

内容简介随着数码相机市场的日益成熟和消费者购买心理的日益理性，数码相机消费的季节性差异日益减弱，由促销和新品推出带动的销量增长将呈现下降趋势。2008年，奥运商机、人们消费能力的增强、数码相机性价比的提高以及二次购机群体的换机行为都将推动数码相机市场规模的节节高升。虽然2008年市场增长率相对2007年会有所下降，但增长仍将保持在20%以上，预计在2008年中国市场有望实现千万台的突破，2008年全年销量将达到1025万台。高像素、大变焦、高成像品质的数码相机的销量会高速增长；同时，专业和准专业的数码单反相机随着技术进步、新品增多、价格下降，将被越来越多的家庭所接受，数码单反相机会有较大增长，成为2008市场新的争夺点。2007年数码相机全球供货量比上年增长27%，达到1亿36万部，预计2008年全球供货量将比上年增长11%，达到1亿1194万部。目前全球销售的相机中，75%为数码相机。全球对数码相机的需求短期内仍很旺盛，预计2008年数码相机的出货量将达到1.1亿部。到2010年，预计将有90%的专业照片是通过数码相机拍摄的，而目前这一比例为70%，且亚太地区及ROW地区将是全球数码相机销售增长的推动力，这些地区将占全球数码照相机出货量的40%。零关税为数码市场带来的机遇大于挑战。零关税的实行将使国内数码产品种类更加丰富，营造更好的消费氛围。消费者选购数码相机考虑的因素会更全面，数码相机将走出“像素至上”的时代。2007年国际品牌通用首次进入相机市场，而国产品牌爱国者的各条产品线都得到了极大丰富，据悉2008年将推出爱国者品牌的数码单反相机。至于原有的主要相机厂商，则基本都在原有的基础上再求进步。本研究咨询报告由咨询公司领衔撰写，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、轻工业统计局、中国光学学会、中华全国商业信息中心、中国消费电子行业协会、中国行业研究网、国内外数百种相关刊物杂志的基础信息以及照相机行业专业研究单位等公布和提供的大量数据，结合在全国十多个大城市进行市场调查的一手资料，和照相器材行业相关专家的指导。报告对国际国内照相器材行业发展现状、市场供需情况以及行业未来发展趋势等进行了分析；对照相器材各子行业以及消费者行为做了深入探讨，重点分析了数码照相机市场的现状与发展趋势，并对照相器材行业优势企业做了透彻研究。报告还对我国照相器材目前的竞争格局进行了专项分析，对我国相关的产业政策进行了研判，分析明确了其在发展过程中的优势和劣势，提出了我国照相器材行业现存的一些主要问题，并对解决之道加以探索，通过我国照相器材行业与国外照相器材行业的对比，提出了一些新颖独特的建设性意见。本报告是照相器材生产企业、科研单位、照相器材零售企业等机构和单位准确了解目前照相器材行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

目 录CONTENTS	第一部分 行业发展现状分析	第一章 照相器材制造市场基本概况分析
1	第一节 照相器材行业定义与分类	1一、行业定义 1二、行业分类 1
2	第二节 照相器材产品特性与投资特性	2一、照相器材产品特性 2二、照相器材投资特性 4
3	第三节 2007-2008年我国宏观经济发展分析	5一、2007年我国宏观经济发展分析

5二、2008年中国经济增长趋势预测	12	第四节	照相器材制造市场发展环境分析
17一、零关税影响分析	17	二、	中国照相机行业自律公约
20	第二章	全球照相器材市场分析	
23	第一节	全球照相器材市场概况	
23	二、	2007年全球数码相机供货量分析	
23	三、	全球数码相机市场增长率分析	
24	四、	2008-2011年世界性相机市场发展趋势	
24	第二节	主要照相机生产国市场概况	
25	一、	日本市场概况	
25	二、	美国市场概况	
32	三、	德国市场概况	
35	四、	俄罗斯市场概况	
40	第三章	中国照相器材行业发展概况	
42	第一节	中国照相器材行业发展历程	
42	一、	中国照相器材行业发展历程	
42	二、	中国传统照相机工业的发展	
49	三、	中国数码照相机工业的发展	
58	四、	中国照相器材行业发展特点	
63	第二节	中国照相器材行业现状	
65	一、	2007年中国市场单反数码相机品牌分析	
65	二、	2007年数码相机市场的特点分析	
68	第二部分	市场发展现状分析	
68	第四章	2007年照相器材行业经济运行分析	
71	第一节	2007年照相器材市场经济指标分析	
71	一、	2007年照相机产量分析	
71	二、	2007年照相机及器材制造销售收入前十家企业	
75	三、	2007年照相机及器材制造主要经济指标分析	
76	第二节	2007年我国照相机及器材制造绩效分析	
96	一、	2007年行业产销情况	
96	二、	2007年行业规模	
104	三、	2007年行业盈利能力	
110	四、	2007年行业经营发展能力	
128	五、	2007年行业偿债能力	
137	第五章	中国照相器材市场分析	
147	第一节	中国照相器材进出口分析	
147	一、	2007年我国照相机及其零部件进出口分析	
147	二、	进口照相机市场管理办法(修正)	
147	第二节	数码相机市场消费者调查分析	
151	一、	调查对象基本情况	
151	二、	市场拥有率分布状况	
156	三、	实际用户的消费行为调查分析	
156	四、	潜在用户消费行为调查分析	
169	第三节	2007-2008年中国数码相机市场分析	
189	一、	2007年数码相机关注度分析	
189	二、	2008年1月中国数码相机市场关注分析	
202	三、	2008年中国数码相机市场预测	
223	第六章	照相器材主要子产业分析	
225	第一节	照相机综述	
225	一、	银盐相机的结构	
225	二、	照相机的种类	
226	第二节	数码相机	
230	一、	2008年数码相机市场发展特点	
230	二、	国内数码相机市场无规范标准约束	
231	三、	数码相机市场未来发展分析	
234	第三节	胶片	
236	一、	胶片在中国依旧存在大市场	
236	二、	胶片相机发展预测	
238	第四节	胶卷	
240	一、	胶卷市场监管应加强	
240	二、	数码相机发展加速胶卷行业萎缩	
240	第五节	镜头	
241	一、	数码相机镜头的类型和发展概况	
241	二、	进口镜头引导市场动向	
244	第三部分	竞争格局及优势企业分析	
247	第七章	照相器材竞争格局	
247	第一节	数码相机竞争分析	
247	一、	2007年数码相机市场竞争激烈	
247	二、	2007年数码相机竞争现状分析	
249	三、	2007年数码相机与照手机竞争分析	
254	第二节	胶片市场竞争分析	
264	第八章	照相器材主要外资企业分析	
267	第一节	柯达公司	
267	一、	公司概况	
267	二、	公司推广战略	
270	三、	2007年公司财务状况	
279	第二节	富士胶卷株式会社	
280	一、	公司概况	
280	二、	2007财年公司财务状况	
281	三、	公司动态	
283	第三节	佳能株式会社	

286一、佳能公司概况	286二、2007年公司财务状况	290三、公司动态	291第四节
奥林巴斯光学工业株式会社	295一、公司概况	295二、2007年公司财务状况	300第五节
索尼公司	301一、公司概况	301二、2007年公司财务状况	304三、公司动态
305第六节	尼康公司	307一、公司概况	307二、2007年公司财务状况
308第九章	照相器材国内主要企业分析	310第一节	凤凰光学仪器集团公司
310一、公司概况	310二、2007年公司经营状况	312三、公司动态	317第二节
中国乐凯胶片集团	318一、公司概况	318二、2007年公司经营状况	320三、公司动态
324第三节	天津三星光电子有限公司	327第四节	上海海鸥照相机有限公司
328第五节	北京华旗资讯科技发展有限公司	329一、公司概况	329二、爱国者独辟巧径的奥运营销策略分析
332三、公司动态	337第四部分	行业发展趋势分析第十章	照相器材市场发展趋势
339第一节	照相器材销售模式现状及发展趋势	339一、目前照相器材销售模式及其变化	339二、电子商务对照相器材销售的影响
340第二节	照相器材市场发展趋势	340一、照相器材的总体发展趋势	340二、手机相机取代数码相机的可能性分析
341图表目录	图表：常用照相器材分类表	2图表：主要照相器材行业属性	3图表：2007年我国GDP增长11.4%
5图表：2007年我国农业生产稳定发展	6图表：2007年全国社会消费品零售总额同比增长16.8%	6图表：2007年我国CPI上涨4.8%	7图表：2007年全国居民收入快速增长就业增加较多
7图表：2007年我国货币供应量增长较快	8图表：2007年我国工业生产增长加快企业效益提高	8图表：2007年我国固定资产投资快速增长	9图表：国内外综合因素推动2007年CPI涨幅创11年新高
9图表：2003-2007年CPI增长与PPI的两波增长比较	12图表：1979-2007年GPD缩减指数和CPI年度增长率变化趋势	13图表：1983-2007年GDP增长与投资 and 消费增长的周期关系	13图表：2001-2010年全球数码相机销量走势图
24图表：2006-2010年世界相机市场预测	25图表：2003-2008年美国数码相机产量趋势	34图表：2000-2005年中国数码相机销售量及增长率	62图表：2005年中国数码相机市场份额
62图表：2005年度最受用户喜爱的数码相机品牌	63图表：2007年11月中国市场单反数码相机品牌关注度排行榜	66图表：2007年11月中国市场单反数码相机品牌关注比例分布	67图表：2007年中国数码相机市场销售量
68图表：2006年各季度中国数码相机市场销售量及同比增长率	69图表：2007年前三季度中国数码相机市场不同像素产品结构情况	69图表：2007年2-12月照相机产量全国合计	71图表：2007年2-12月照相机产量北京市合计

- 71图表：2007年2-12月照相机产量天津市合计
- 72图表：2007年2-12月照相机产量上海市合计
- 72图表：2007年2-12月照相机产量江苏省合计
- 72图表：2007年2-12月照相机产量浙江省合计
- 73图表：2007年2-12月照相机产量福建省合计
- 73图表：2007年2-12月照相机产量江西省合计
- 74图表：2007年2-12月照相机产量广东省合计
- 74图表：2007年2月照相机及器材制造销售收入前十家企业
- 75图表：2007年5月照相机及器材制造销售收入前十家企业
- 75图表：2007年8月照相机及器材制造销售收入前十家企业
- 75图表：2007年11月照相机及器材制造销售收入前十家企业
- 76图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标全国合计
- 76图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标北京市合计
- 78图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标天津市合计
- 79图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标辽宁省合计
- 80图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标上海市合计
- 82图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标江苏省合计
- 83图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标浙江省合计
- 85图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标福建省合计
- 86图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标江西省合计
- 87图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标山东省合计
- 89图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标湖北省合计
- 90图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标广东省合计
- 92图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标四川省合计
- 93图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标宁夏区合计
- 94图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产成品
- 96图表：2007年1-11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
- 97图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售收入
- 98图表：2007年1-11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
- 99图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售成本
- 100图表：2007年1-11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
- 101图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售费用
- 102图表：2007年1-11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
- 103图表：2007年1-11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
- 104图表：2007年1-11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

- 105图表：2007年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计企业单位数
- 106图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计亏盈企业单位数
- 107图表：2007年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计工业总产值
- 108图表：2007年1-9月全国各省市照相机及器材制造累计工业总产值比上年同期增长
- 109图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计利润总额
- 110图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造上年本月止累计利润总额
- 111图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计亏损企业亏损总额
- 112图表：2007年1-11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
- 113图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产值利税率
- 114图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产值利税率最好水平
- 115图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资金利税率
- 116图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资金利税率最好水平
- 117图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造成本费用利润率
- 118图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造成本费用利润率最好水平
- 119图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造人均销售率
- 120图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造人均销售率最好水平
- 121图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产成品资金占用率
- 122图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产成品资金占用率最好水平
- 123图表：2007年1-11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
- 124图表：2007年1-11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比上年同期增长
- 125图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计税金总额
- 126图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计税金总额比上年同期增长
- 127图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产成品资金占用率
- 128图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产成品资金占用率最好水平
- 129图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资本保值增值率
- 130图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资本保值增值率最好水平
- 131图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造流动资产周转次数
- 132图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造流动资产周转次数最好水平
- 133图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计管理费用
- 134图表：2007年1-11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
- 135图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计财务费用
- 136图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计流动资产平均余额
- 137图表：2007年1-11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
- 138图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计固定资产净值平均余额
- 139图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计固定资产净值平均余额比上年同期增长

- 140图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计资产总计
- 141图表：2007年1-11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
- 142图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计负债合计
- 143图表：2007年1-11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
- 144图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资产负债率
- 145图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资产负债率最好水平
- 146图表：2006年不同性别的消费群体分布状况
- 152图表：不同年龄段消费群体分布状况
- 152图表：不同受教育程度的消费群体分布状况
- 153图表：不同职业的消费群体分布状况
- 154图表：不同月均收入的消费群体分布状况
- 155图表：数码相机市场占有率分布状况
- 156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
- 157图表：佳能用户二次换机品牌分布
- 158图表：2006年索尼用户二次换机品牌分布
- 159图表：2006年柯达用户二次换机品牌分布
- 160图表：2006年尼康用户二次换机品牌分布
- 160图表：2006年三星用户二次换机品牌分布
- 161图表：奥林巴斯用户二次换机品牌分布
- 162图表：拥有产品时间分布
- 162图表：购机时间选择分布状况
- 163图表：计划购买到实际购买的时间差距分布特征
- 164图表：像素分布状况
- 165图表：价位区间分布状况
- 165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
- 166图表：数码相机特征分布状况
- 167图表：数码相机的使用频率分布特征
- 168图表：受影响的信息来源分布状况
- 169图表：计划购买时间分布状况
- 170图表：不同选购时间分布比例对比
- 171图表：计划购买产品时间分布对比
- 172图表：不同类型产品分布状况
- 173图表：不同机型分布比例对比
- 173图表：不同类型产品的品牌分布状况
- 174图表：计划选购数码相机特征分布状况
- 175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
- 176图表：潜在用户计划购买产品外观色彩分布状况
- 177图表：潜在用户对不同数码相机技术关注分布状况
- 178图表：可接受价位区间分布状况
- 179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
- 180图表：像素分布状况
- 180图表：实际用户与潜在用户购买产品像素分布比例对比
- 181图表：主流价位区间不同像素产品分布状况
- 182图表：不同价格差距对潜在用户的购买影响分布状况
- 183图表：获知产品信息的渠道分布状况
- 184图表：影响购买行为的主要信息来源分布
- 184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
- 185图表：选购数码相机地点分布状况
- 186图表：不同促销方式分布状况
- 187图表：2007年度数码相机品牌关注度对比状况
- 190图表：2007年度数码相机品牌关注度对比分析
- 190图表：2007年数码相机品牌关注度前10位排名



- 191图表：2007年不同像素区间数码相机产品的关注度对比分析
- 192图表：2007年各季度最受关注像素数码相机走势图
- 192图表：2007年不同显示屏尺寸数码相机产品的关注度对比分析
- 193图表：2007年度最受关注前20位数码相机产品对比分析
- 194图表：2007年度最受关注前10位长焦数码相机产品对比分析
- 195图表：2007年各季度长焦数码相机榜首排名
- 196图表：2007年最受关注前10位单反数码相机产品对比分析
- 197图表：2007年各季度单反数码相机榜首排名
- 198图表：2007年度最受关注前10位家用数码相机产品对比分析
- 199图表：2007年各季度家用数码相机榜首排名
- 199图表：2007年度最受关注前10位卡片数码相机产品对比分析
- 200图表：2008年1月最受用户关注的前十款产品分布状况
- 203图表：2008年1月前十款产品主要参数对比及价格查询
- 204图表：2008年1月最受用户关注的十大数码相机品牌分布
- 206图表：2008年1月消费类相机品牌和单反类相机品牌排行榜
- 207图表：2008年1月中国七大区域数码相机市场关注比例分布
- 209图表：2008年1月数码相机七大区域市场品牌格局
- 210图表：2008年1月不同价位消费类数码相机关注比例分布
- 211图表：2008年1月不同价位单反类数码相机关注比例分布
- 212图表：2007年12月与2008年1月不同相似产品关注比例对比
- 213图表：2008年1月与2月数码相机关注指数对比
- 215图表：2008年1月与2月不同机身类型数码相机关注比例对比
- 215图表：2008年2月中国市场最受用户关注的十大数码相机品牌分布
- 216图表：2008年1月与2月数码相机十大品牌排行榜
- 217图表：2008年1月与2月数码相机最受关注消费类相机厂商
- 218图表：2008年2月中国七大区域数码相机市场关注比例分布
- 219图表：2008年2月数码相机七大市场最受关注品牌排名分析
- 220图表：2008年1月与2月不同价位消费类数码相机关注比例对比
- 221图表：2008年1月与2月不同价位单反类数码相机关注比例对比
- 222图表：2008年1月与2月不同像素产品关注比例对比 222图表：常见照相机及性能简介
- 228图表：各类非常用照相机及性能简介
- 229图表：2007年7月2000元及以下与2000元以上数码相机关注比例对比
- 255图表：2007年7月2000元内不同像素手机关注比例分布对比
- 256图表：2000元内数码相机与照相手机选择状况调查分布
- 257图表：2001-3000元之间消费者可选择数码相机品牌及产品分布

- 258图表：2007年7月2001-3000元之间不同像素照相手机关注比例对比
- 259图表：2001-3000元之间消费者对数码相机与照相手机选择状况调查分布
- 260图表：3001-4000元之间消费者可选择数码相机品牌及产品分布
- 261图表：2007年7月3001-4000元之间不同像素照相手机关注比例对比
- 262图表：3001-4000元之间消费者对数码相机与照相手机选择状况调查分布
- 262图表：柯达中港台业务概况
- 270图表：奥林巴斯组织结构图
- 300图表：2007年4月1日至2008年3月31日索尼公司财务状况
- 304图表：2007年二季度凤凰光学仪器集团公司主营业务构成图
- 312图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司主营收入季度分布图
- 312图表：2007年三季度凤凰光学仪器集团公司利润总额构成图
- 312图表：2007年二季度凤凰光学仪器集团公司主营构成表
- 313图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司每股指标
- 313图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司获利能力表
- 313图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司经营能力表
- 314图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司偿债能力表
- 314图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司资本结构表
- 314图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司发展能力表
- 314图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司现金流量分析表
- 315图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司利润分配表
- 315图表：2004-2007年凤凰光学仪器集团公司光加工业务收入及毛利率状况
- 316图表：光加工产业价值链分布
- 317图表：2008年凤凰光学仪器集团公司利润预测表
- 317图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司主营收入季度分布图
- 320图表：2007年三季度乐凯胶片股份有限公司利润总额构成
- 321图表：2007年二季度乐凯胶片股份有限公司主营构成表
- 321图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司每股指标
- 321图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司获利能力表
- 322图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司经营能力表
- 322图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司偿债能力表
- 322图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司资本结构表
- 322图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司发展能力表
- 323图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司现金流量分析表
- 323图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司利润分配表
- 323图表：北京华旗资讯数码科技有限公司销售网络 332

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2943929439.html>