



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年学习机行业发展前景分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2009-2012年学习机行业发展前景分析及投资风险预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/138267.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

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苦心。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。相对起传统的电子词典，复读机，2009年电教产品市场的一大亮点将是更一体化、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。

从2003年开始，在大量广告的宣传教育下，催生了消费者对学习机的需求，并随着数码电子类教育产品开始蓬勃发展，逐步形成了电子教育产业(ELP)，到目前为止，我国的电子教育产业发展水平及市场潜力已居于世界前列，成为众商家坚守与必争之地；众所周知，ELP市场近两年来一直不容乐观。虽然广告一如既往铺天盖地，炒作展出不穷。但虚假繁荣的背后，仍然难掩行业的凄凉。电子教育产业(ELP)行业的现状，归根结底在于技术的匮乏和急功近利的营销手段，市场培养初期，产品的成熟需要一个本土化及与用户磨合的过程。但在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。市场蛋糕，培育比分享更为重要。对于任何产品来说，无论从生产技术还是市场的成熟度来看，产品的基本结构和技术是产业发展的基石。消费者的逐步理性让一些投机性的炒作企业纷纷出局，在整个行业加速

重新洗牌的同时，电教行业整体市场也持续的低迷，经历了2007、2008年，我们可以欣喜的看到，消费者的日益理性。以好记星、快易典、诺亚舟为代表的一线厂家，为电教行业规范与统一标准，打造一个理性的市场而坚持。厚积薄发，期待2009年的平稳升温。目前，随着语音技术的不断发展，智能语音操控技术与低价位彩屏机成为产品研发趋势；人机互动性及智能网络化成为新一代电子教育产业(ELP)产品的基本结构。市场需要统一标准，产品渴望一场技术性革命。竞争需要"差异化"、需要标新立异。新一代电子教育产业，已经从茫目的狂热期过渡到理性的思考期，正"厚积薄发"，让平稳平静的电教行业逐渐兴奋，并腾空升起而奋斗。让我们共同期待2009年。

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。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球学习机行业发展分析

第一节 国际学习机行业发展轨迹综述

一、国际学习机行业发展历程

二、国际学习机行业发展面临的问题

三、国际学习机行业技术发展现状及趋势

第二节 世界学习机行业市场情况

一、2008年世界学习机产业发展现状

二、2009年国际学习机产业发展态势

三、2009年国际学习机行业研发动态

四、2009年全球学习机行业挑战与机会

第三节 部分国家地区学习机行业发展状况

一、2008-2009年美国学习机行业发展分析

二、2008-2009年欧洲学习机行业发展分析

三、2008-2009年日本学习机行业发展分析

四、2008-2009年韩国学习机行业发展分析

第二章 我国学习机行业发展现状

第一节 中国学习机行业发展概述

一、中国学习机行业发展历程

二、中国学习机行业发展面临的问题

三、中国学习机行业技术发展现状及趋势

第二节 我国学习机行业发展状况

一、2008年中国学习机行业发展回顾

二、2008年学习机行业发展情况分析

三、2008年我国学习机市场特点分析

四、2009年我国学习机市场发展分析

第三节 中国学习机行业供需分析

一、2008年中国学习机市场供给总量分析

二、2008年中国学习机市场供给结构分析

三、2009年中国学习机市场需求总量分析

四、2009年中国学习机市场需求结构分析

五、2009年中国学习机市场供需平衡分析

第三章 中国学习机行业经济运行分析

第一节 2009年学习机行业运行情况分析

一、2009年学习机行业经济指标分析

二、2009年学习机行业收入前十家企业

第二节 2009年学习机行业产量分析

一、2009年我国学习机产品产量分析

二、2009年我国学习机产品产量预测

第三节 2009年学习机行业进出口分析

一、2009年学习机行业进口总量及价格

二、2009年学习机行业出口总量及价格

三、2009年学习机行业进出口数据统计

四、2009-2012年学习机进出口态势展望

第四章 学习机消费市场调查分析

第一节 学习机产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 学习机产品的品牌市场调查

一、消费者对学习机品牌认知度宏观调查

二、消费者对学习机产品的品牌偏好调查

三、消费者对学习机品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、学习机品牌忠诚度调查

六、学习机品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第五章 中国学习机行业区域市场分析

第一节 2009年华北地区学习机行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第二节 2009年东北地区学习机行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第三节 2009年华东地区学习机行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第四节 2009年华南地区学习机行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第五节 2009年华中地区学习机行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六节 2009年西南地区学习机行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第七节 2009年西北地区学习机行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六章 学习机行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年学习机行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

第二节 学习机行业投资机会分析

一、学习机投资项目分析

二、可以投资的学习机模式

三、2009年学习机投资机会

四、2009年学习机细分行业投资机会

五、2009年学习机投资新方向

第三节 学习机行业发展前景分析

一、学习机市场发展前景分析

二、我国学习机市场蕴藏的商机

三、金融危机下学习机市场的发展前景

四、2009年学习机市场面临的发展商机

五、2009-2012年学习机市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 学习机行业竞争格局分析

第一节 学习机行业集中度分析

一、学习机市场集中度分析

二、学习机企业集中度分析

三、学习机区域集中度分析

第二节 学习机行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 学习机行业竞争格局分析

一、2008年学习机行业竞争分析

二、2008年中外学习机产品竞争分析

三、2008-2009年国内外学习机竞争分析

四、2008-2009年我国学习机市场竞争分析

五、2008-2009年我国学习机市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要学习机企业动向

第八章 2009-2012年中国学习机行业发展形势分析

第一节 学习机行业发展概况

一、学习机行业发展特点分析

二、学习机行业投资现状分析

三、学习机行业总产值分析

四、学习机行业技术发展分析

第二节 2008-2009年学习机行业市场情况分析

一、学习机行业市场发展分析

二、学习机市场存在的问题

三、学习机市场规模分析

第三节 2008-2009年学习机产销状况分析

一、学习机产量分析

二、学习机产能分析

三、学习机市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

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

第一节 2009年中国学习机行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009年中国学习机行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009年年中国学习机行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 学习机行业赢利水平分析

第一节 成本分析

- 一、2008-2009年学习机原材料价格走势
- 二、2008-2009年学习机行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

- 一、2008-2009年学习机行业产销情况
- 二、2008-2009年学习机行业库存情况
- 三、2008-2009年学习机行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

- 一、2008-2009年学习机行业价格走势
- 二、2008-2009年学习机行业营业收入情况
- 三、2008-2009年学习机行业毛利率情况
- 四、2008-2009年学习机行业赢利能力
- 五、2008-2009年学习机行业赢利水平
- 六、2009-2012年学习机行业赢利预测

第十一章 学习机行业盈利能力分析

第一节 2009年中国学习机行业利润总额分析

- 一、利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009年中国学习机行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009年中国学习机行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009年中国学习机行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 学习机重点企业发展分析

第一节 步步高

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第二节 诺亚舟

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第三节 小霸王

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四节 好记星

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第五节 读书郎

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第六节 名人

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第七节 好易通

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第八节 快易典

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第九节 E百分

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第十节 爱国者

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

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

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 学习机行业投资效益分析

- 一、2009年学习机行业投资状况分析
- 二、2009年学习机行业投资效益分析
- 三、2009-2012年学习机行业投资方向
- 四、2009-2012年学习机行业投资建议

第四节 学习机行业投资策略研究

- 一、2008年学习机行业投资策略
- 二、2009年学习机行业投资策略
- 三、2009-2012年学习机行业投资策略
- 四、2009-2012年学习机细分行业投资策略

第十四章 学习机行业投资风险预警

第一节 影响学习机行业发展的主要因素

- 一、2009年影响学习机行业运行的有利因素
- 二、2009年影响学习机行业运行的稳定因素
- 三、2009年影响学习机行业运行的不利因素
- 四、2009年我国学习机行业发展面临的挑战
- 五、2009年我国学习机行业发展面临的机遇

第二节 学习机行业投资风险预警

- 一、2009-2012年学习机行业市场风险预测
- 二、2009-2012年学习机行业政策风险预测
- 三、2009-2012年学习机行业经营风险预测
- 四、2009-2012年学习机行业技术风险预测
- 五、2009-2012年学习机行业竞争风险预测
- 六、2009-2012年学习机行业其他风险预测

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

第一节 2009-2012年中国学习机市场趋势分析

- 一、2008-2009年我国学习机市场趋势总结
- 二、2009-2012年我国学习机发展趋势分析

第二节 2009-2012年学习机产品发展趋势分析

- 一、2009-2012年学习机产品技术趋势分析
- 二、2009-2012年学习机产品价格趋势分析

第三节 2009-2012年中国学习机行业供需预测

一、2008-2012年中国学习机供给预测

二、2009-2012年中国学习机需求预测

三、2009-2012年中国学习机价格预测

第四节 2009-2012年学习机行业规划建议

一、学习机行业"十一五"整体规划

二、学习机行业"十一五"发展预测

三、2009-2012年学习机行业规划建议

第十六章 学习机企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、学习机价格策略分析

二、学习机渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高学习机企业竞争力的策略

一、提高中国学习机企业核心竞争力的对策

二、学习机企业提升竞争力的主要方向

三、影响学习机企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高学习机企业竞争力的策略

第四节 对我国学习机品牌的战略思考

一、学习机实施品牌战略的意义

二、学习机企业品牌的现状分析

三、我国学习机企业的品牌战略

四、学习机品牌战略管理的策略

图表目录

图表：学习机产业链分析

图表：学习机行业生命周期

图表：2008-2009年中国学习机行业市场规模

图表：2008-2009年全球学习机产业市场规模

图表：2008-2009年学习机重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国学习机行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国学习机行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国学习机行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国学习机竞争力分析

图表：2009-2012年中国学习机市场前景预测

图表：2009-2012年中国学习机市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国学习机发展前景预测

图表：2001-2008年美国学习机市场销售规模

图表：2009-2012年美国学习机市场销售规模预测

图表：2002-2008年英国学习机市场规模

图表：2002-2008年英国学习机市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年英国学习机市场规模预测

图表：2008-2012年英国学习机市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年德国学习机市场规模

图表：2002-2008年德国学习机市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年德国学习机市场规模预测

图表：2008-2012年德国学习机市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年日本学习机市场规模

图表：2002-2008年日本学习机市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年日本学习机市场规模预测

图表：2009-2012年日本学习机市场规模趋预测势图

图表：2002-2008年中国学习机市场规模

图表：2002-2008年中国学习机市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年中国学习机市场规模预测

图表：2009-2012年中国学习机市场规模趋预测势图

图表：2008-2009年8月学习机行业销售成本分析

图表：2008-2009年8月学习机行业销售费用分析

图表：2008-2009年8月学习机行业管理费用分析

图表：2008-2009年8月学习机行业财务费用分析

图表：2008-2009年8月学习机行业销售及利润分析

图表：2008-2009年8月学习机行业销售毛利率分析

图表：2008-2009年8月学习机行业销售利润率分析

图表：2008-2009年8月学习机行业成本费用利润率分析

图表：2008-2009年8月学习机行业总资产利润率分析

图表：2008-2009年8月学习机行业资产分析

图表：2008-2009年8月学习机行业负债分析

图表：2008-2009年8月学习机行业偿债能力分析

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2008年年末电话用户数

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年年末各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-8月工业生产主要指标

图表：2008-2009年8月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年8月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-8月我国学习机产品进口数据

图表：2009年1-8月我国学习机产品出口数据

图表：2009年1月我国学习机产品进口数据

图表：2009年1月我国学习机产品出口数据

图表：2009年2月我国学习机产品进口数据

图表：2009年2月我国学习机产品出口数据

图表：2009年3月我国学习机产品进口数据

图表：2009年3月我国学习机产品出口数据

图表：2009年上半年我国学习机产品进口数据

图表：2009年上半年我国学习机产品出口数据

图表：2009年4月我国学习机产品进口数据

图表：2009年4月我国学习机产品出口数据

图表：2009年5月我国学习机产品进口数据

图表：2009年5月我国学习机产品出口数据

图表：2009年6月我国学习机产品进口数据

图表：2009年6月我国学习机产品出口数据

图表：2009年2季度我国学习机产品进口数据

图表：2009年2季度我国学习机产品出口数据

图表：2009年7月我国学习机产品进口数据

图表：2009年7月我国学习机产品出口数据

图表：2009年8月我国学习机产品进口数据

图表：2009年8月我国学习机产品出口数据

图表：2009年1-8月中国学习机行业国有企业工业数据

图表：2009年1-8月中国学习机行业集体企业工业数据

图表：2009年1-8月中国学习机行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-8月中国学习机行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-8月中国学习机行业私营企业工业数据

图表：2009年1-8月中国学习机行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-8月中国学习机行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-8月中国不同所有制学习机企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制学习机企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制学习机企业累计资产总计对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制学习机企业累计利润总额对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制学习机企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制学习机企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制学习机企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制学习机企业产销率对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制学习机企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制学习机企业人均销售率对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制学习机企业亏损面对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制学习机企业销售利润率对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制学习机企业资金利税率对比

图表：2009年1-8月学习机产品产量北京市统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量天津市统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量河北省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量吉林省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量上海市统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量江苏省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量浙江省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量安徽省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量福建省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量江西省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量山东省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量河南省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量湖北省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量湖南省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量广东省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量广西区统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量海南省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量四川省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量云南省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量陕西省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量青海省统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-8月学习机产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/138267.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适

中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。