

2008年中国电脑行业研究咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2008年中国电脑行业研究咨询报告》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.abaogao.com/b/diannaoyao/4310438YOF.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2008年中国电脑行业研究咨询报告 内容介绍：

目前，世界计算机市场正在由台式PC向笔记本转型，全球笔记本计算机的销量占计算机市场规模的比重日益扩大。笔记本技术将更加密集，市场需求更加多元化、个性化，技术与市场的变化更加迅速，使得核心技术成为竞争的焦点，产品设计和市场、服务策略也更加重要。此外，随着笔记本计算机的日益消费化，大量家庭和个人用户由于在产品性能、功能、质量及售后服务等方面与厂商存在严重的信息不对称，使得品牌的影响力在笔记本市场竞争中显得尤为重要。

2007年包括台式机、笔记本电脑和服务器在内的中国个人电脑市场发展现状分析

一、2007年世界个人电脑市场分析

二、2007年全球笔记本电脑出货量分析

三、世界计算机市场正在由台式PC向笔记本转型

第二节 主要地区和国家电脑市场分析

一、欧洲、中东和非洲市场

二、亚太市场

三、美国市场

四、日本市场

第三节 2008-2011年世界电脑市场发展预测

一、2008年世界笔记本电脑市场预测

二、2010年世界电脑配套市场预测

三、2011年世界工业电脑市场规模预测

四、2011年全球PC供货量预测

第二部分 行业市场发展现状分析

第三章 计算机行业发展现状

第一节 2007年PC产业市场现状分析

一、2007年电脑市场发展分析

二、2007年PC市场热点分析

三、2007年商用电脑市场热点分析

四、品牌机与组装机用户选购分析

第二节 计算机行业经济运行状况

- 一、2007年微型电子计算机产量分析
- 二、2007年电子计算机制造销售收入前十家企业排名
- 三、2007年电子计算机制造主要经济指标分析

第三节 2008年PC产业市场分析及预测

- 一、2008年PC市场细分求破局
- 二、2008年PC市场将主打安全牌
- 三、2008年中国PC行业市场竞争分析

第一节 2007年笔记本市场品牌竞争力分析

- 一、整体市场格局分析
- 二、华人笔记本品牌分析
- 三、欧美笔记本品牌分析
- 四、日韩笔记本品牌分析
- 五、三大阵营竞争力分析

第二节 中日台式机竞争现状分析

- 一、价格差异
- 二、购买者考虑因素差异
- 三、销售渠道的差异
- 四、维修的差异

第三节 笔记本与台式电脑的竞争

- 一、2007年个人笔记本电脑品牌竞争激烈
- 二、笔记本电脑走向差异化竞争
- 三、2007-2008年整体笔记本电脑市场竞争格局
- 四、笔记本的价格战
- 五、笔记本让台式机失势

第四节 PC市场的竞争分析

- 一、2007年PC四强竞争力分析
- 二、并购时代的中国PC产业格局
- 三、节能概念成PC竞争新热点

第八章 电脑行业重点企业分析

第一节 DELL公司

- 一、公司概况
- 二、2007年公司财务状况

三、公司动态

第二节 惠普公司

一、公司概况

二、2007-2008年公司财务状况

三、公司引领PC市场蓝海

第三节 联想集团

一、公司概况

二、2007-2008年公司财务状况

三、公司动态

第四节 宏基集团

一、公司概况

二、宏基的品牌战略分析

三、公司动态

第五节 方正科技

一、公司概况

二、2007年公司经营况况

三、公司动态

第六节 同方股份

一、公司概况

二、2007年公司经营况况

三、公司动态

第七节 长城计算机公司

一、公司概况

二、2007年公司经营况况

三、公司动态

第八节 海尔集团

一、公司简介

二、公司电脑的竞争优势

第五部分 行业营销策略、趋势及投资分析

第九章 电脑行业营销策略分析

第一节 笔记本电脑营销模式分析

一、专注产品应用的营销策略

- 二、多元化的事件营销策略
- 三、跨行业的品牌联合营销策略

第二节 计算机行业发展策略

- 一、台式电脑充值卡营销模式
- 二、海尔PC由跟跑变为领跑策略
- 三、PC企业融合营销模式
- 四、品牌电脑的定位分析与适用范围
- 五、PC暑促新模式分析

第十章 电脑行业发展趋势及投资分析

第一节 2008年计算机发展趋势

- 一、2008年中国百万亿次超级计算机将出现
- 二、2008年笔记本市场发展前瞻
- 三、2008年笔记本市场展望
- 四、2008年台式机电脑市场展望
- 五、2011年PC电脑的销量预测

第二节 2008年计算机投资策略分析

- 一、世界硬件行业现状
- 三、上市公司运行状况分析
- 四、行业未来总体判断及2008年关注热点
- 五、行业投资策略分析

第三节 2008年计算机行业投资分析

- 一、2008年计算机行业增长稳定
- 二、2008年计算机行业投资机会分析
- 三、2008年计算机产业投资策略

图表目录

图表：2007年全球个人电脑供应商单位发货量

图表：2007年第四季度全球个人电脑供应商单位发货量

图表：2007年第四季度美国个人电脑供应商单位发货量

图表：消费者更倾向于选购什么样的台式机

图表：消费者在相同价格相同配置状况下选择品牌机还是兼容机

图表：消费者选购台式机最关心的问题是什么

图表：2007年2-12月微型电子计算机产量全国合计

图表：2007年2-12月微型电子计算机产量北京市合计
图表：2007年2-12月微型电子计算机产量天津市合计
图表：2007年2-12月微型电子计算机产量山西省合计
图表：2007年2-12月微型电子计算机产量辽宁省合计
图表：2007年2-12月微型电子计算机产量吉林省合计
图表：2007年2-12月微型电子计算机产量黑龙江合计
图表：2007年2-12月微型电子计算机产量上海市合计
图表：2007年2-12月微型电子计算机产量江苏省合计
图表：2007年2-12月微型电子计算机产量浙江省合计
图表：2007年2-12月微型电子计算机产量安徽省合计
图表：2007年2-12月微型电子计算机产量福建省合计
图表：2007年2-12月微型电子计算机产量山东省合计
图表：2007年2-12月微型电子计算机产量河南省合计
图表：2007年2-12月微型电子计算机产量广东省合计
图表：2007年2-12月微型电子计算机产量陕西省合计
图表：2007年2月电子计算机制造销售收入前十家企业排名
图表：2007年5月电子计算机制造销售收入前十家企业排名
图表：2007年8月电子计算机制造销售收入前十家企业排名
图表：2007年11月电子计算机制造销售收入前十家企业排名
图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标全国合计
图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标北京市合计
图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标天津市合计
图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标河北省合计
图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标山西省合计
图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标内蒙古合计
图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标辽宁省合计
图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标吉林省合计
图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标黑龙江合计
图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标上海市合计
图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标江苏省合计
图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标浙江省合计
图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标安徽省合计

图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标福建省合计

图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标江西省合计

图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标山东省合计

图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标河南省合计

图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标湖北省合计

图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标湖南省合计

图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标广东省合计

图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标广西区合计

图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标重庆市合计

图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标四川省合计

图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标云南省合计

图表：2007年1-11月电子计算机制造主要经济指标陕西省合计

图表：2007年11月最受用户关注的十大台式机品牌排行

图表：2007年11月台式机区域市场关注比例分布

图表：2007年11月十大厂商在全国七大区域关注比例分布状况

图表：2007年11月不同类型台式机关注比例分布

图表：2007年10月-11月家用与商用台式机关注度分布

图表：2007年11月不同价格区间台式机关注比例分布

图表：2007年10月-11月不同价格区间台式机关注比例对比

图表：2007年11月不同显示器大小台式机关注比例分布

图表：2007年10月-11月不同显示器大小台式机关注比例对比

图表：2007年10月-11月不同内存大小台式机关注比例对比

图表：2007年10月-11月主流硬盘容量台式机关注度分布

图表：2007年12月不同类型台式电脑关注比例分布

图表：2007年12月最受用户关注的十大家用台式电脑品牌

图表：2007年12月不同价格区间家用电脑关注比例分布

图表：2007年12月不同显示器大小家用电脑关注比例分布

图表：2007年12月不同内存大小家用电脑关注比例分布

图表：2007年12月不同硬盘容量家用电脑关注比例分布

图表：2007年12月不同光驱类型家用电脑关注比例分布

图表：2008年1月中国市场最受用户关注的十大台式电脑品牌分布

图表：2008年1月中国市场最受关注的十大商用台式电脑品牌分布

图表：2008年1月中国市场最受关注的十大家用台式电脑品牌分布

图表：2008年1月中国市场七大区域台式电脑关注比例分布

图表：2008年1月中国市场不同价格区间台式电脑关注比例分布

图表：2008年1月中国市场不同类型台式电脑关注比例分布

图表：2008年1月中国市场不同显示器大小台式电脑关注比例分布

图表：2008年1月中国市场不同内存大小台式电脑关注比例分布

图表：2008年1月中国市场不同硬盘容量台式电脑关注比例分布

图表：消费者在暑促期间购买台式机电脑的比例

图表：消费者选择购买台式机而不是笔记本的原因分析

图表：消费者选择台式机看重的方面

图表：消费者选择台式机时更看重哪些硬件配置

图表：消费者最希望暑促期间能得到怎样的优惠

图表：消费者更倾向于选购什么样的台式机

图表：消费者选购台式机能接受的价位

图表：消费者更希望购买哪种显示器的电脑

图表：消费者希望购买的台式机显示屏尺寸是多大

图表：消费者会选择在哪里购买台式机电脑

图表：2007年笔记本电脑进口量曲线图

图表：2005-2007中国大陆笔记本电脑市场结构

图表：2007年三季度世界PC市场份额构成

图表：2006-2007年三季度全球前五名PC厂商销量

图表：2007年第三季度PC厂商市场占有率及同比增长率

图表：2002-2009年PC价格与笔记本渗透率

图表：2003-2011年PC销量与笔记本销量占比

图表：2002-2007年全球硬盘销量

图表：2004-2010年全球显示器销量

图表：2006-2011年亚太地区（不含日本）显示器销量

图表：2007年三季度电子信息产业运行情况

图表：2006-2007年三季度计算机主要产品生产情况

图表：2007年1-3季度中国PC产品销售与增长情况

图表：2006-2007年笔记本销售情况与平均价格

图表：1999-2007年电子计算机制造业盈利情况

图表：2006-2007年计算机行业收入占电子信息行业收入比例

图表：2007年1-9月电子信息行业收入构成

图表：2002-2007年国内整机制造业收入增长率及毛利率

图表：2005年三季度-2007年三季度硬件行业盈利状况

图表：2005年三季度-2007年三季度硬件行业财务指标

图表：2005-2011年中国计算机业务结构变化

图表：2005-2009年中小企业推动国内IT市场占有率对比

图表：2007年第二季度中国市场各PC厂商(市场各PC厂商市场分析)市场占有率对比

图表：2007年不同机构对市场排名的统计

图表：1994-2011年全球PC出货量统计及预测

图表：2000-2007年前三季度软件行业收入及增长情况

图表：2002-2007年前三季度软件行业与电子信息产业收入增长情况

图表：2002-2007年前三季度软件行业收入占电子信息行业收入比例

图表：2006年三季度-2007年二季度我国软件离岸外包收入及增长情况

图表：2006年三季度-2007年二季度我国软件离岸外包来源地占比情况

图表：2000-2007年上半年计算机行业收入增速情况

图表：2000-2007年5月计算机行业整体毛利率及税前利润率情况

图表：2000-2005年政府部门有关软件行业的重要政策

图表：2004-2008年我国行业信息化总投入及变动情况

图表：我国各行业信息化水平

图表：2004-2008年主要行业信息化投入

图表：全球各地区每百万人拥有ATM终端机数量

图表：1997-2006年我国ATM终端设备拥有量及增长情况

图表：2006-2011年中国软件外包(软件外包市场分析)市场规模及增长情况

图表：计算机行业各技术架构的性能特点

图表：PC终端技术发展路径

图表：Win系列操作系统消费功能演进

图表：1995-2006年全球台式PC增长率

图表：2001-2006年中国PC销售量

图表：网络消费主要内容

图表：2002-2010年B2B电子商务市场规模

图表：2001-2006年中国网络购物(网络购物市场分析)市场规模

图表：2003-2010年网络游戏市场规模

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diannaoyao/4310438YOF.html>