

# 2007年中国计算机整机行业研究 报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2007年中国计算机整机行业研究报告》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.abaogao.com/b/ruanjian/9884775APK.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

2007年中国计算机整机行业研究报告 内容介绍：

本报告旨在为商业银行对计算机整机行业的信贷决策及电子计算机企业的发展战略服务，通过对国内外计算机整机产业的发展历程的介绍，通过对整个计算机整机行业的发展现状及发展趋势的描述和分析，得出我国计算机整机产业新的发展局势，并对我国计算机整机产业进行了投资风险方面的分析，报告并没有对计算机产业的有关技术性的专题展开具体的研究和探讨。本报告观点仅供参考。

本报告共计5万余字，87页，其中表20个，图28个，于2007年6月完稿；本报告分四部分，共九章，第一部分为第一、二章，对计算机整机这一行业进行了概述，并对国际及国内计算机工业的发展状况进行了阐述；第三章为第二部分，分析了中国计算机整机发展的因素，并对这一行业的重点企业进行分析；第四部分为第七至第九章：对中国计算机整机行业概述

第一节 行业界定与产品分类

第二节 世界计算机的发展历程

第三节 产业链与产业特点

第二章 我国计算机工业概况

第一节 我国计算机工业的发展历程

第二节 中国计算机整机行业发展的因素分析

第一节 互联网的普及及其它技术因素

第二节 教育信息化

第三节 相关产业的需求

第五章 中国计算机产品进行业重点企业分析

第一节 信息百强企业中计算机生产企业分析

第二节 2007年下半年计算机行业投资策略

（一）计算机行业整体运行情况回顾

（二）软件产业出现拐点

（三）计算机硬件行业危机与机遇并存

（四）互联网经济发展空间无限

（五）下半年计算机行业投资策略

第三节 上市公司扩张分析

第七章 中国计算机整机竞争力分析

第一节 技术竞争力分析

第二节 价格竞争力分析

第三节 产品多元化分析

第四节 营销方式分析

第八章 中国计算机整机行业发展环境与预测

第一节 国际市场发展环境

第二节 国内市场发展环境

第三节 计算机整机市场需求预测

第四节 2006年台式机市场分析

第五节 2007年Q1台式机广告市场分析

第九章 计算机整机投资风险分析与投资建议

第一节 计算机整机的发展趋势

行业相关产品产量及其增长率

表7-1 联想和戴尔公司分销渠道（%）

表8-1 近三年各类型PC出货量预测

表9-1 中国及部分发达国家PC拥有总量及人均拥有量

图 题

图1-1 计算机整机制造业的界定

图2-1 2000-2006年全国电子计算机产量

图2-2 2001-2006年全国微型电子计算机产量

图2-3 2001-2006年笔记本电脑销量

图3-1 各省市PC产量比重

图3-2 目前PC市场集中度

图3-3 2003销售PC占百强企业百分比（部）

图3-4 2004年各PC品牌产量增长率（%）

图3-5 按规模分企业亏损比例（%）

图3-6 目前资产利润率地区排序（%）

图3-7 目前销售利润率地区排序（%）

图3-8 按地区资产增长率排序（%）

图3-9 按地区销售收入增长率排序（%）

图3-10 2005、2006年中国台式PC市场规模

图3-11 2006年中国各显示器类型的台式PC产品销量构成比例

图3-12 2004-2006 年中国笔记本电脑(笔记本电脑市场分析)市场销量与同比增长率

图6-1 信息百强企业中计算机整机企业与行业平均水平的比较 (%)

图6-2 计算机整机企业R&D投资/营业收入排序

图7-1 未来几年PC出货量预测

图7-2 未来几年各类型PC出货量预测

图7-3 未来几年各部门对计算机整机的需求预测

图7-4 未来几年各地区对计算机整机的需求预测

图7-5 2006Q4台式机市场出货量规模

图7-6 2006Q4台式机不同区域市场份额

图7-7 2006Q4台式机不同价格市场份额

图7-8 2006Q4台式机品牌市场份额

图7-9 2005年 ~ 2007年一季度台式机广告费用

图7-10 2007Q1台式机品牌广告费用百分比

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruanjian/9884775APK.html>