

2009-2010年中国电脑行业 竞争深度调研与投资前景分析报告

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

《2009-2010年中国电脑行业竞争深度调研与投资前景分析报告》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/diannaoh377504l45.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

2009-2010年中国电脑行业竞争深度调研与投资前景分析报告 内容介绍：

2008年，中国电脑行业相关界定

第一节 计算机相关概念

一、计算机发展简述

二、计算机的特点

三、计算机性能指标

第二节 计算机的分类及其应用领域

一、计算机的分类

二、计算机的应用领域

第三节 电脑行业的地位分析

一、电脑业对我国制造业意义

二、行业在GDP中的作用

第二章 世界电脑市场发展现状分析

一、2008年世界个人电脑市场分析

二、2008年全球笔记本电脑走势

第二节 主要地区和国家电脑市场分析

一、2008年法国电脑市场调研市场现状

二、2009年美国电脑市场调研市场需求分析

三、2008-2009年亚太地区电脑市场分析

第三节 2009-2011年世界电脑市场发展预测

一、2009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

第三章 中国电脑发展现状

一、技术与价格

二、品牌竞争

三、市场之争

第三节 中国电脑发展潜能分析

第二节 行业销售状况分析

- 一、2008-2009年PC整机市场消费分析
- 二、2008-2009年笔记本电脑市场消费分析
- 三、品牌机与组装机用户选购分析

第三节 中国精电脑产量数据分析

- 一、2006年1-12月全国及重点省市电子计算机产量
- 二、2007年1-12月全国及重点省市电子计算机产量
- 三、2008年1-12月全国及重点省市电子计算机产量

第四节 行业存在问题及发展限制

- 一、行业存在的问题
- 二、行业主要制约因素
- 三、行业基本应对策略分析

第五章 中国电脑市场份额分析

- 三、2009年CPU行业趋势预测

第二节 液晶显示器市场分析

- 一、2008-2009年底液晶市场综述与展望
- 二、液晶显示器新应用分析

第三节 显卡市场分析

- 一、2008年显卡市场发展现状
- 二、2008年显卡行业动态分析

第四节 硬盘市场状况分析

- 一、2008年移动硬盘市场动态分析
- 二、2009年移动硬盘市场发展趋势

第八章 中国电脑行业行业重点企业运营分析

第一节 DELL公司

- 一、企业概况
- 二、2008年企业经营状况分析
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业应对金融危机策略分析

第二节 惠普公司

- 一、企业概况
- 二、2008年企业经营状况分析

三、企业竞争力分析

四、企业应对金融危机策略分析

第三节 联想集团

一、企业概况

二、2008年企业经营状况分析

三、企业竞争力分析

四、企业应对金融危机策略分析

第四节 宏基集团

一、企业概况

二、2008年企业经营状况分析

三、企业竞争力分析

四、企业应对金融危机策略分析

第五节 方正科技集团股份有限公司

一、企业概况

二、2008年企业经营状况分析

三、企业竞争力分析

四、企业应对金融危机策略分析

第六节 清华同方股份有限公司

一、企业概况

二、2008年企业经营状况分析

三、企业竞争力分析

四、企业应对金融危机策略分析

第七节 长城计算机公司

一、企业概况

二、2008年企业经营状况分析

三、企业竞争力分析

四、企业应对金融危机策略分析

第八节 海尔集团

一、企业概况

二、2008年企业经营状况分析

三、企业竞争力分析

四、企业应对金融危机策略分析

第九节 深圳市神舟电脑股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、2008年企业经营状况分析
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业应对金融危机策略分析

第十节 华硕电脑公司

- 一、企业概况
- 二、2008年企业经营状况分析
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业应对金融危机策略分析

第十章 2009-2010年中国电脑行业发展趋势分析

第一节 2009年笔记本市场发展趋势分析

- 一、品牌发展趋势预测
- 二、价格发展趋势预测
- 三、产品发展趋势预测
- 四、技术发展趋势预测
- 五、渠道发展趋势预测

第二节 电脑细分市场趋势分析

- 一、2009年电脑行业发展趋势
- 二、2009年中国PC行业投资分析及建议

第一节 投资机遇分析

- 一、中国强劲的经济增长率对行业的支撑
- 二、电脑企业在危机中的竞争优势
- 三、金融危机促使优胜劣汰速度加快

第二节 投资风险分析

- 一、国内同业竞争风险
- 二、国际同业竞争风险
- 三、行业金融信贷市场风险
- 四、产业政策变动的影响

第三节 行业应对策略

- 一、金融危机下的电脑企业投资战略
- 二、2009年电脑行业价格策略分析

三、2009年电脑业二三线品牌投资形势分析

四、2009年电脑下乡投资战略分析

五、2009年电脑业内销市场规模分析

第四节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diannaoh377504145.html>