

2006-2007年中国家用台式 电脑行业市场研究年度报告

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

《2006-2007年中国家用台式电脑行业市场研究年度报告》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/diannaoyj589412T70.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

2006-2007年中国家用台式电脑行业市场研究年度报告 内容介绍：

一、行业简介

(一) 行业定义及范围界定

- 1、稳定性和安全性
- 2、多媒体功能
- 3、扩展性和外观

(二) 发展历史回顾

- 1、第一阶段 电子管计算机(1946 ~ 1957年)
- 2、第二阶段 晶体管计算机 (1958 ~ 1964年)
- 3、第三阶段 集成电路计算机 (1965 ~ 1969年)
- 4、第四阶段 大规模、超大规模集成电路计算机 (1970年至今)

二、宏观环境分析

(一) 经济分析

- 1、经济增长
- 2、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数
- 3、城镇人员从业状况
- 4、存贷款利率变化
- 5、财政收支状况

(二) 社会人口分析

- 1、人口规模分析
- 2、年龄结构分析
- 3、学历结构分析

三、市场分析

(一) 市场规模

(二) 产品结构

- 1、CPU
- 2、内存
- 3、硬盘
- 4、光驱

5、价格

6、显示器

(三) 市场结构

1、区域市场结构

2、渠道多元化成趋势

(四) 品牌市场结构

(五) 市场特征分析

1、需求分析

2、供给分析

3、市场特征分析

四、市场竞争分析

(一) 集中度分析

(二) 价值链分析

1、.基于全球价值链的高新技术产业升级

2、我国高新技术产业嵌入全球价值链的演进与升级

3、.基于全球价值链的高新技术产业转移新动向

(三) 行业生命周期分析

五、主要厂商分析

(一) 联想

(二) 戴尔公司

(三) 神舟电脑有限公司

(四) 中国惠普有限公司

(五) 方正科技集团股份有限公司

(六) 中国长城计算机集团公司

(七) 宏碁 (acer) 集团

(八) 清华同方股份有限公司

(九) 紫光股份有限公司

六、行业发展趋势分析

(一) 行业发展趋势

1、个性化产品成为市场竞争利器

2、台式机进入多核时代

3、家用电脑将由书房走向客厅

4、市场品牌重塑

5、农村信息化加快

(二) 行业规模预测

七、行业发展策略与建议

(一) 产品策略

(二) 价格策略

(三) 渠道策略

(四) 服务策略

(五) 品牌策略

(六) 区域发展策略

图目录

图 1 2001-2006年中国GDP增长率

图 2 2002-2006年固定资产投资及其增长速度

图 3 2002-2006年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

图 4 2002-2006年农村居民人均纯收入及其增长速度

图 5 2000-2006年中国城镇从业人员数量及增长率

图 6 1997-2006年中国存款利率变动情况

图 7 1997-2006年中国存款利率变动情况

图 8 2001-2006年中国财政收支状况

图 9 2001-2005年中国财政收支结构

图 10 1986-2006年中国人口数量与增长率情况

图 11 2006年末中国人口年龄结构

图 12 2002-2006年各类教育招生人数

图 13 2003-2006年中国台式PC销量及增长情况

图 14 2006年用户现有PC产品的主要用途

图 15 2004-2006年中国台式PC使用率变化情况

图 16 2006年不同CPU类型家用电脑关注度分布

图 17 2007年1-2月不同CPU类型家用电脑关注比例分布

图 18 2006年不同内存大小家用电脑关注度分布

图 19 2007年1-2月不同内存大小家用电脑关注比例对比

图 20 2006年不同硬盘容量家用电脑关注度分布

图 21 2007年1-2月不同硬盘容量家用电脑关注比例对比

- 图 22 2006年不同光驱类型家用电脑关注度分布
- 图 23 2007年1-2月不同光驱类型家用电脑关注比例对比
- 图 24 2006年用户购买台式PC的价格承受
- 图 25 2007年1-2月不同价格区间家用电脑关注比例分布
- 图 26 2006年用户选择配置台式电脑的LCD显示器
- 图 27 2006年用户选择的台式电脑显示器类型
- 图 28 2007年1-2月不同显示器大小家用电脑关注比例分布
- 图 29 2001-2006年中国家用台式PC产量地区分布情况
- 图 30 2006年第四季度家用台式PC销售区域公布
- 图 31 2006年中国家用台式PC品牌(家用台式PC品牌市场分析)市场占有率情况
- 图 32 2007年1-2月最受用户关注的十大家用电脑品牌
- 图 33 行业生命周期分析图
- 图 34 2007-2011年个人台式电脑销量增长预测
- 表目录
- 表 1 2001-2006年工业增加值与固定资产投资和国际贸易的关系 %
- 表 2 2007年主要宏观经济指标预测值
- 表 3 按行业细分的城镇从业人员数量
- 表 4 2001-2006年中国财政收支总额及增长率
- 表 5 1986-2006年中国人口数量与增长率情况
- 表 6 2006年末中国人口结构
- 表 7 2005年中国内地各省、市、自治区面积与人口状况
- 表 8 4000元以下价位家用台式PC关注排行TOP10
- 表 9 4000-6000元价位家用台式PC关注排行TOP10
- 表 10 6001-8000元价位家用台式PC关注排行TOP10
- 表 11 2001-2006年中国家用台式PC产量地区分布表
- 表 12 与数码、家电产品的渠道融合
- 表 13 2006年家用PC行业生命周期预算结果
- 表 14 联想公布2006/07财年前三季度业绩
- 表 15 联想品牌产品关注排行TOP10
- 表 16 2006-2007年戴尔财务经营状况
- 表 17 2002-2006年戴尔财务经营状况
- 表 18 戴尔品牌产品关注排行TOP10

表 19 神舟品牌产品关注排行TOP10

表 20 2004-2006前三季度年方正电脑财务情况

表 21 2004-2006前三季度年长城电脑财务情况

表 22 2004-2006前三季度年清华同方财务情况

表 23 2004-2006前三季度年清华同方财务情况

表 24 2001-2006年中国台式PC销量和自变量数值

表 25 多元线性回归的模型概况

表 26 多元线性回归的数据预测 ($R^2=0.998$)

表 27 2007-2011年个人台式电脑销量增长预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diannaoy/j589412t70.html>