

2007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

《2007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/ruanjian/U6271989DS.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年中国电脑行业研究咨询报告 内容介绍：

2007年年初，首先有戴尔要收购方正PC的传闻，继而又出现了海尔要收购方正PC的消息，尽管后来方正方面予以了否认，但从这些传闻的背后，人们已经隐约嗅到了2007年PC市场面临的再次整合和格局的变化。如今，PC企业分成三个阵营，一是以联想、惠普、戴尔、宏基为代表的第一阵营，已进入品牌竞争阶段，正争夺着产业话语权；二是以方正、同方、海尔、TCL等代表的第二阵营，在第一阵营的阴影下，它正四处寻求规模化，并试图以产品或技术资源的独特性分一杯羹；三是以神舟、七喜为首的品牌新军，它们不惜深入底层，试图借低端市场崛起。

2007年虽然DIY市场和笔记本给整机市场带来了很大的压力，但品牌台式电脑依然是不少消费者的首选产品。如今“四核”、“大屏”、“Vista”又成为消费者关注的新焦点。双核普及、酷睿2上市，液晶尺寸和显示技术的飞跃，使得家用电脑日益成为个人娱乐的终端。从台式机市场的关注度情况来看，品牌集中度越来越高，联想、戴尔与惠普不仅在整体市场上的关注度最高，而且也是七大区域市场关注度最高的品牌，台式机市场上逐步呈现三家独大的态势。

2007上半年的笔记本市场为PC界抹上了浓墨重彩的一笔。无论是年初微软全新操作系统vista的面世，还是5月英特尔推出第四代迅驰移动平台Santa Rosa，Napa笔记本全线跳水等等，都预示2007年将是笔记本市场不寻常的一个时期。回首2007上半年，笔记本电脑新品辈出，不管是新型号，还是新外观，都比以往更加丰富，更加多彩。“低价”、“宽屏”、“独显”成为了不同档次机型的代名词。

未来中国PC行业发展现状

第一节 中国教育PC发展分析

一、低价是主旋律

二、性能更重要

三、教育应用第一

第二节 PC企业绑运营商宽带的空间与尴尬

一、群起捆绑运营商促销

二、对联想的威胁

三、捆绑的空间与尴尬

第三节 PC产业市场分析

- 一、PC产业环保步伐在加快
- 二、适者生存的辩证法
- 三、2007年中国PC行业市场竞争分析

第一节 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

第二节 笔记本与台式电脑的竞争

- 一、笔记本的价格战
- 二、笔记本让台式机失势

第三节 PC企业的竞争

- 一、跨国PC企业承受“水土不服”挑战
- 二、“本土化”的重要性
- 三、跨国PC厂商的本土化调整
- 四、探索本土化之路

第四节 2007年惠普竞争力分析

- 一、品牌竞争力分析
- 二、产品竞争力分析
- 三、渠道竞争力分析

第五节 PC寡头低端市场竞争

- 一、产业动荡中的寡头竞争
- 二、争霸区域市场

第七章 电脑行业重点企业分析

第一节 DELL公司

- 一、公司简介
- 二、公司发展现状
- 三、公司目标市场
- 四、公司销售策略
- 五、公司“变形”之路

第二节 惠普公司

- 一、公司简介

二、公司管理策略

三、公司引领PC市场蓝海

第三节 联想集团

一、公司简介

二、2007年第一季度公司业绩

三、公司全球化的困惑

四、公司的优势

第四节 宏基

一、公司简介

二、公司动态

三、公司发展目标

第五节 方正公司

一、公司简介

二、公司前景

三、公司经营状况

四、公司“差异化”促销战略

五、公司财务数据

第六节 同方股份

一、公司简介

二、公司最新技术

三、公司经营状况

四、公司财务数据

第七节 长城计算机公司

一、公司简介

二、公司经营情况

三、公司发展动态

四、公司财务数据

第八节 海尔

一、公司简介

二、公司电脑的“翻身术”

三、公司电脑的竞争优势

第五部分 行业趋势及策略

第八章 电脑行业发展趋势及策略分析

第一节 计算机未来走向分析

- 一、巨型计算机的发展目标
- 二、台式计算机发展方向
- 三、计算对科学及社会经济的影响
- 四、电脑向智能化个性娱乐迈进
- 五、2011年PC电脑的销量预测
- 六、2008年中国百万亿次超级计算机将出现

第二节 电脑市场的流行趋势

- 一、酷睿2双核成为商用主流平台
- 二、小型迷你PC流行

第三节 商用PC市场产品存在问题

- 一、性能不够用
- 二、存在安全问题
- 三、软件的管理功能有限

第四节 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

图表目录

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2-6月电子计算机产品产量全国合计

图表：2007年2-6月电子计算机产品产量山东省合计

图表：2007年2-6月微型电子计算机产品产量全国合计

图表：2007年2-6月微型电子计算机产品产量北京市合计

图表：2007年2-6月微型电子计算机产品产量天津市合计

图表：2007年2-6月微型电子计算机产品产量山西省合计

图表：2007年2-6月微型电子计算机产品产量辽宁省合计

图表：2007年2-6月微型电子计算机产品产量黑龙江省合计

图表：2007年2-6月微型电子计算机产品产量上海市合计

图表：2007年2-6月微型电子计算机产品产量江苏省合计

图表：2007年2-6月微型电子计算机产品产量浙江省合计

图表：2007年2-6月微型电子计算机产品产量安徽省合计

图表：2007年2-6月微型电子计算机产品产量福建省合计

图表：2007年2-6月微型电子计算机产品产量山东省合计

图表：2007年2-6月微型电子计算机产品产量河南省合计

图表：2007年2-6月微型电子计算机产品产量广东省合计

图表：2006年2月电子计算机整机制造销售收入前十家企业排名

图表：2006年3月电子计算机整机制造销售收入前十家企业排名

图表：2006年4月电子计算机整机制造销售收入前十家企业排名

图表：2006年5月电子计算机整机制造销售收入前十家企业排名

图表：2006年6月电子计算机整机制造销售收入前十家企业排名

图表：2006年7月电子计算机整机制造销售收入前十家企业排名

图表：2006年8月电子计算机整机制造销售收入前十家企业排名

图表：2006年9月电子计算机整机制造销售收入前十家企业排名

图表：2006年10月电子计算机整机制造销售收入前十家企业排名

图表：2006年11月电子计算机整机制造销售收入前十家企业排名

图表：2006年12月电子计算机整机制造销售收入前十家企业排名

图表：2007年2月电子计算机整机制造销售收入前十家企业排名

图表：2007年5月电子计算机整机制造销售收入前十家企业排名

图表：2007年1-5月大型电子计算机整机制造全国合计

图表：2007年1-5月中型电子计算机整机制造全国合计

图表：2007年1-5月小型电子计算机整机制造全国合计

图表：2007年1-5月国有企业电子计算机整机制造全国合计

图表：2007年1-5月集体企业电子计算机整机制造全国合计

图表：2007年1-5月股份合作企业电子计算机整机制造全国合计

图表：2007年1-5月股份制企业电子计算机整机制造全国合计

图表：2007年1-5月私营企业电子计算机整机制造全国合计

图表：2007年1-5月外商及港澳台投资企业电子计算机整机制造全国合计

图表：2007年1-5月其他企业电子计算机整机制造全国合计

图表：2007年1月最受用户关注的十大家用电脑品牌

图表：2007年1月不同价格区间家用电脑关注比例分布

图表：2007年1月不同显示器大小家用电脑关注比例分布

图表：2007年1月不同CPU类型家用电脑关注比例分布

图表：2007年1月不同内存大小家用电脑关注比例分布

图表：2007年1月不同硬盘容量家用电脑关注比例分布

图表：2007年1月不同光驱类型家用电脑关注比例分布

图表：2007年2月最受用户关注的十大家用电脑品牌

图表：2007年2月不同价格区间家用电脑关注比例分布

图表：2007年1-2月不同价格家用电脑关注比例分布

图表：2007年2月不同显示器大小家用电脑关注比例分布

图表：2007年1-2月不同显示器大小家用电脑关注比例对比

图表：2007年2月不同CPU类型家用电脑关注比例分布

图表：2007年1-2月不同CPU类型家用电脑关注比例对比

图表：2007年2月不同内存大小家用电脑关注比例分布

图表：2007年1-2月不同内存大小家用电脑关注比例对比

图表：2007年2月不同硬盘容量家用电脑关注比例分布

图表：2007年1-2月不同硬盘容量家用电脑关注比例对比

图表：2007年2月不同光驱类型家用电脑关注比例分布

图表：2007年1-2月不同光驱类型家用电脑关注比例对比

图表：2007年3月台式机关注度增长走势

图表：2007年3月前10位台式机品牌关注度增长状况

图表：2007年3月前10位台式机各型号关注度增长状况

图表：2007年3月各型号家用电脑排名增长情况

图表：2007年3月各型号商用台式电脑排名增长情况

图表：2007年3月各类型的台式机产品的关注度对比分析

图表：2007年3月装配不同CPU台式机产品的关注度对比分析

图表：2007年3月各类不同内存台式机产品的关注度对比分析

图表：2007年3月不同硬盘容量台式机产品的关注度对比分析

图表：2007年3月不同显示器配置台式机产品的关注度对比分析

图表：2007年3月各价格段的台式机产品关注度对比分析

图表：2007年4月台式机关注度增长走势

图表：2007年4月前10位台式机品牌关注度增长状况

图表：2007年4月各台式电脑品牌关注度对比状况

图表：2007年4月前10位台式机各型号关注度增长状况

图表：2007年4月各型号家用台式电脑排名增长状况

图表：2007年4月各型号台式商用电脑排名增长状况

图表：2007年4月各类型台式电脑关注度变化

图表：2007年4月不同CPU台式电脑关注度分析

图表：2007年4月各类不同内存台式机产品的关注度对比分析

图表：2007年4月不同硬盘容量台式机产品的关注度对比分析

图表：2007年4月不同显示器配置台式机产品的关注度对比分析

图表：2007年4月各价格段的台式机产品关注度对比分析

图表：2007年5月最受用户关注的十大台式机品牌

图表：2007年5月台式机区域市场关注比例分布

图表：2007年5月台式电脑全国七大区域比例分布情况

图表：2007年5月不同类型台式机关注比例分布

图表：2007年5月不同价格区间台式机关注比例分布

图表：2007年5月不同显示器大小台式机关注比例分布

图表：2007年5月不同CPU类型台式机关注比例分布

图表：2007年5月不同内存大小台式机关注比例分布

图表：2007年5月不同硬盘容量台式机关注比例分布

图表：2007年5月不同光驱类型台式机关注比例分布

图表：2007年6月最受用户关注的十大台式机品牌

图表：2007年6月台式机区域市场关注比例分布

图表：2007年上半年电脑台式机在全国七大区域关注比例分布情况

图表：2007年6月不同类型台式机关注比例分布

图表：2007年5月-6月家用与商用台式机关注度分布

图表：2007年6月不同价格区间台式机关注比例分布

图表：2007年5-6月不同价格区间台式机关注比例对比

图表：2007年6月不同显示器大小台式机关注比例分布

图表：2007年5-6月不同显示器大小台式机关注比例对比

图表：2007年6月不同硬盘容量台式机关注比例分布

图表：2007年5月-6月主流硬盘容量台式机关注度分布

图表：2007年5-6月不同光驱类型台式机关注比例对比

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6月笔记本关注度增长走势

图表：2007年6月笔记本电脑品牌关注度排名增长状况

图表：2007年6月所有笔记本电脑前10名的排名增长状况

图表：2007年6月普通屏笔记本电脑关注度前十位变化

图表：2007年6月宽屏笔记本电脑关注度变化

图表：2007年6月配置不同类型显示屏笔记本电脑的关注度对比分析

图表：2007年6月不同尺寸显示屏笔记本电脑产品的关注度对比分析

图表：2007年6月配置不同类型CPU笔记本电脑产品的关注度对比分析

图表：2007年6月配置不同主频的CPU的笔记本电脑产品的关注度对比分析

图表：2007年6月配置不同容量的硬盘的笔记本电脑产品的关注度对比分析

图表：2007年6月各价格段笔记本产品关注度的对比分析

图表：2007年6月最受用户关注的前十款6000元以下笔记本品牌

图表：2007年6月最受用户关注的前十款6000元以下笔记本类型及价格

图表：2007年7月上半月最受关注的前十款迅驰4笔记本

图表：2007年7月上半月受关注笔记本参数情况

图表：2007上半年新品上市数量最多的十大笔记本品牌

图表：2007上半年十大厂商上市新品关注比例对比

图表：惠普主流上市新品产品线分布

图表：华硕主流上市新品产品线分布

图表：戴尔主流上市新品产品线分布

图表：联想主流上市新品产品线分布

图表：不同CPU类型笔记本新品的产品数量分布

图表：不同CPU类型笔记本新品关注比例分布

图表：酷睿2笔记本新品上市最多的十大厂商

图表：不同显卡类型笔记本新品数量对比

图表：不同内存大小笔记本新品数量分布比例

图表：不同硬盘容量笔记本新品数量分布比例

图表：宽屏与普屏笔记本新品产品数量对比

图表：宽屏笔记本新品上市最多的十大厂商

图表：不同屏幕尺寸笔记本新品数量分布比例

图表：不同重量笔记本新品数量分布比例

图表：不同价格区间新品数量分布

图表：不同价格区间新品关注比例分布

图表：主流厂商在主流价格区间产品数量对比

图表：2007年上半年中国CPU(CPU市场分析)市场品牌关注度分布

图表：2007年1月-6月两大CPU品牌关注度走势

图表：2007年上半年不同核心数量CPU关注比例分布

图表：2007年1月-6月不同核心数量CPU关注度分布

图表：2007年上半年不同系列CPU关注比例分布

图表：2007年上半年不同L2缓存CPU关注度分布

图表：2007年1月-6月不同L2缓存CPU关注度走势

图表：2007年上半年不同插槽类型CPU关注比例分布

图表：2007年上半年不同价格区间CPU关注比例分布

图表：2007年1月-6月主流价格段CPU关注度走势

图表：2007年上半年中国CPU(CPU市场分析)市场平均价格走势

图表：消费者组装电脑时选择CPU对品牌的在乎度

图表：消费者选择Intel和AMD的比例

图表：消费者选择单核、双核、四核处理器的比例

图表：消费者对CPU的预算比例

图表：消费者选择盒包和散片的比例

图表：消费者了解CPU盒包和散片售后质保的比例

图表：2007年6月不同价格区间CPU关注比例分布

图表：2007年7月上旬最受关注的前十款600元以下CPU排行榜

图表：2007年6月-7月上半月CPU排行比较

图表：2007年6月服务器关注度增长走势

图表：2007年6月不同型号服务器关注度前10位的增长状况

图表：2007年上半年最受用户关注的前十五大液晶显示器品牌

图表：2007年上半年不同尺寸液晶显示器关注比例分布

图表：2007年上半年主流尺寸液晶显示器关注比例走势

图表：2007年上半年不同价格段液晶显示器关注比例分布

图表：2007年上半年液晶显示器区域市场关注比例分布

图表：2007年上半年中国液晶显示器(液晶显示器市场分析)市场价格指数走势

图表：2007年上半年主流尺寸液晶显示器价格指数走势对比

图表：2007年上半年主流尺寸液晶显示器市场均价走势

图表：2007年上半年主流品牌19英寸宽屏液晶显示器均价对比

图表：2007年上半年主流品牌22英寸宽屏液晶显示器均价对比

图表：2007年上半年主流品牌17英寸液晶显示器均价对比

图表：2007年上半年主流品牌19英寸液晶显示器均价对比

图表：2007年6月不同价格区间显卡关注比例分布

图表：2007年6月中国显卡(显卡市场分析)市场价格指数走势

图表：2007年6月NVIDIA与ATI降价产品数量对比

图表：2007年6月ATI与NVIDIA显卡价格指数走势对比

图表：2007年6月最受用户关注的前十大显卡芯片

图表：2007年6月NVIDIA主流芯片显卡价格变动产品数量对比

图表：2007年6月NVIDIA主流芯片显卡价格走势对比

图表：ATI主流芯片显卡价格变动产品数量对比

图表：2007年6月ATI主流芯片显卡价格走势对比

图表：2007年6月GeForce8500GT芯片显卡平均价格走势

图表：2007年6月GeForce7300GT芯片显卡平均价格走势

图表：2007年6月GeForce8600GT芯片显卡平均价格走势

图表：2007年6月RadeonX1950GT芯片显卡平均价格走势

图表：2007年6月RadeonX1650GT芯片显卡平均价格走势

图表：2007年6月RadeonX1950Pro芯片显卡平均价格走势

图表：2007年4月份最受用户关注的十款机箱

图表：2007年4月各类上榜机箱产品价格及参数

图表：2007年5月份最受用户关注的十款机箱

图表：2007年5月上榜机箱参数比较

图表：2007年6月不同价格段台式内存关注比例分布

图表：2007年5月与6月台式机内存市场价格指数走势对比

图表：主流容量台式机内存价格变动产品数量对比

图表：2007年6月主流容量台式机内存价格走势对比

图表：主流频率台式机内存价格变动产品数量对比

图表：2007年6月主流频率台式机内存价格走势对比

图表：2007年6月512MB台式机内存平均价格走势

图表：2007年6月1GB台式机内存平均价格走势

图表：2007年6月2GB台式机内存平均价格走势

图表：2007年6月DDR400台式机内存平均价格走势

图表：2007年6月DDR2-667台式机内存平均价格走势

图表：2007年上半年主板品牌关注比例对比

图表：2007年上半年独立/整合平台的关注比例对比

图表：2007年上半年最受关注的独立平台芯片组排行

图表：2007年上半年最受关注的整合平台芯片组排行

图表：2007年上半年最受关注的十款Intel芯片组

图表：2007年上半年最受关注的十款NVIDIA芯片组

图表：2007年上半年Intel平台CPU插槽关注比例对比

图表：2007年上半年AMD平台CPU插槽关注比例对比

图表：2007年上半年Intel平台总线频率关注比例对比

图表：2007年上半年AMD平台总线频率关注比例对比

图表：2007年1-2月惠普、戴尔全球PC出货量比重一览

图表：2007年一季度联想、惠普、戴尔在中国市场的出货量比重一览

图表：2007年上半年最受用户关注的十五大笔记本品牌

图表：2007年1月-6月惠普笔记本关注度走势

图表：惠普笔记本产品线分布

图表：惠普笔记本不同价位产品数量分布

图表：惠普两大主流家用系列产品均价对比

图表：惠普两大主流商用系列产品均价对比

图表：惠普笔记本不同屏幕尺寸产品数量分布

图表：惠普笔记本不同屏幕尺寸产品关注比例分布

图表：惠普笔记本不同CPU类型产品数量分布

图表：惠普笔记本不同CPU类型产品关注比例分布

图表：2007年一、二季度IDC数据对比

图表：2007年一、二季度Gartner数据对比

图表：2006-2007年方正科技集团股份有限公司主营业务收入表

图表：2006-2007年方正科技集团股份有限公司主营业务利润表

图表：2006-2007年方正科技集团股份有限公司营业利润表

图表：2006-2007年方正科技集团股份有限公司利润总额表

图表：2006-2007年方正科技集团股份有限公司净利润表

图表：2006-2007年方正科技集团股份有限公司每股指标表

图表：2006-2007年方正科技集团股份有限公司获利能力表

图表：2006-2007年方正科技集团股份有限公司经营能力表

图表：2006-2007年方正科技集团股份有限公司偿债能力表

图表：2006-2007年方正科技集团股份有限公司资本结构表

图表：2006-2007年方正科技集团股份有限公司发展能力表

图表：2006-2007年方正科技集团股份有限公司现金流量分析表

图表：2006-2007年同方股份有限公司主营业务收入表

图表：2006-2007年同方股份有限公司主营业务利润表

图表：2006-2007年同方股份有限公司营业利润表

图表：2006-2007年同方股份有限公司利润总额表

图表：2006-2007年同方股份有限公司净利润表

图表：2006-2007年同方股份有限公司每股指标表

图表：2006-2007年同方股份有限公司获利能力表

图表：2006-2007年同方股份有限公司经营能力表

图表：2006-2007年同方股份有限公司偿债能力表

图表：2006-2007年同方股份有限公司资本结构表

图表：2006-2007年同方股份有限公司发展能力表

图表：2006-2007年同方股份有限公司现金流量分析表

图表：2006-2007年中国长城计算机深圳股份有限公司主营业务收入表

图表：2006-2007年中国长城计算机深圳股份有限公司主营业务利润表

图表：2006-2007年中国长城计算机深圳股份有限公司营业利润表

图表：2006-2007年中国长城计算机深圳股份有限公司利润总额表
图表：2006-2007年中国长城计算机深圳股份有限公司净利润表
图表：2006-2007年中国长城计算机深圳股份有限公司每股指标表
图表：2006-2007年中国长城计算机深圳股份有限公司获利能力表
图表：2006-2007年中国长城计算机深圳股份有限公司经营能力表
图表：2006-2007年中国长城计算机深圳股份有限公司偿债能力表
图表：2006-2007年中国长城计算机深圳股份有限公司资本结构表
图表：2006-2007年中国长城计算机深圳股份有限公司发展能力表
图表：2006-2007年中国长城计算机深圳股份有限公司现金流量分析表
图表：消费者不能忍受的商用PC机使用问题
图表：消费者认为CPU性能重要度

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruanjian/U6271989DS.html>