

2014-2019年中国笔记本电脑行业调研与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2019年中国笔记本电脑行业调研与投资战略咨询报告》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.cction.com/report/201403/102636.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

笔记本电脑（英语：NoteBook Computer，简称为：NoteBook、NB），中文又称笔记型、手提或膝上电脑（英语：Laptop Computer，可简为Laptop），是一种小型、可携带的个人电脑，通常重1-3公斤。其发展趋势是体积越来越小，重量越来越轻，而功能却越发强大。

像Netbook，也就是俗称的上网本，跟PC的主要区别在于其便携带方便。

目前较为流行的笔记本屏幕尺寸为14英寸，其他还有17英寸、15英寸、13英寸、12英寸等等尺寸。

笔记本与台式机相比，笔记本电脑有着类似的结构组成（显示器、键盘/鼠标、CPU、内存和硬盘），但是笔记本电脑的优势还是非常明显的，其主要优点有体积小、重量轻、携带方便。一般说来，便携性是笔记本相对于台式机电脑最大的优势，一般的笔记本电脑的重量只有2公斤左右，无论是外出工作还是旅游，都可以随身携带，非常方便。

超轻超薄是时下（2012年11月）笔记本电脑的主要发展方向，但这并没有影响其性能的提高和功能的丰富。同时，其便携性和备用电源使移动办公成为可能。由于这些优势的存在，笔记本电脑越来越受用户推崇，市场容量迅速扩展。不同的笔记本型号适合不同的人，通常，厂商会对其产品进行型号的划分以满足不同的用户需求。

从用途上看，笔记本电脑一般可以分为4类：商务型、时尚型、多媒体应用、特殊用途。商务型笔记本电脑的特征一般为移动性强、电池续航时间长；时尚型外观特异也有适合商务使用的时尚型笔记本电脑；多媒体应用型的笔记本电脑是结合强大的图形及多媒体处理能力又兼有一定的移动性的综合体，市面上常见的多媒体笔记本电脑拥有独立的较为先进的显卡，较大的屏幕等特征；特殊用途的笔记本电脑是服务于专业人士，可以在酷暑、严寒、低气压、战争等恶劣环境下使用的机型，多较笨重。

从使用人群看，学生使用笔记本电脑主要用于教育和娱乐；发烧级笔记本爱好者不仅追求高品质的享受，而且对设备接口的齐全要求很高。

【 目录 】

第一部分 笔记本电脑市场背景点评

第一章 笔记本电脑产业相关概述

第一节 笔记本电脑基础概述

一、笔记本电脑优点

二、笔记本电脑组成及性能

三、笔记本电脑发展历程分析

四、笔记本电脑的升级

第二节 行业分类

一、台式机替代型

二、主流型

三、轻薄型

四、迷你型

五、上网本

六、平板电脑

第三节 行业生命周期分析

一、市场容量分析

二、市场需求增长分析

第四节 行业在国民经济中的地位

一、产业分类概述

二、信息产业在国民经济中的地位

第二章 2012-2013年世界笔记本电脑行业整体运营状况分析

第一节 2012-2013年世界笔记本电脑市场动态分析

一、全球笔记本电脑产量分析

1、华硕笔记本电脑产量统计

2、惠普在美PC销量分析

二、2012-2013年全球笔记本电脑的市场规模

三、2012-2013年笔记本电脑配件市场规模分析

1、LED笔记本电脑

2、上网本的数量

3、3D笔记本在全球市场分析

第二节 2012-2013年世界主要国家运行笔记本电脑分析

一、美国

二、日本

三、韩国

第三节 2014-2019年世界笔记本电脑行业发展趋势分析

第三章 2012-2013年中国笔记本电脑产业运行环境解析

第一节 2012-2013年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、财政收支状况
- 八、社会消费品零售总额
- 九、对外贸易&进出口

第二节 2012-2013年中国笔记本电脑市场政策环境分析

- 一、解读下乡电脑政策
- 二、相关产业政策分析
- 三、进出口政策分析

第三节 2012-2013年中国笔记本电脑市场技术环境分析

- 一、产品配置兼容的发展
- 二、电池配件技术的革新

第四节 2012-2013年中国笔记本电脑社会环境分析

- 一、中国人口规模及学历状况
- 二、电脑在中国普及应用情况
- 三、笔记本电脑在现代化办公中国的地位
- 四、笔记本电脑更新换代及居民消费观念

第二部分 笔记本电脑市场动态聚焦

第四章 2012-2013年中国笔记本电脑行业市场运行态势剖析

第一节 2012-2013年中国笔记本电脑市场发展现状分析

- 一、笔记本已经真正到达了全民普及阶段
- 二、大屏幕笔记本时代尚未到来
- 三、联想一体笔记本电脑火热上市

第二节 2012-2013年中国笔记本电脑行业动态分析

- 一、联想3G笔记本电脑全面上市

二、山寨笔记本打开市场

三、中国移动正式推出29款定制G3笔记本

第三节 2012-2013年中国笔记本电脑发展存在问题分析

第五章 2011-2013年中国笔记本电脑产量数据统计分析

第一节 2011-2013年中国笔记本电脑产量数据分析

一、2011-2013年笔记本电脑产量数据分析

二、2011-2013年笔记本电脑重点省市数据分析

第二节 2012年中国笔记本电脑产量数据分析

一、2012年全国笔记本电脑产量数据分析

二、2012年笔记本电脑重点省市数据分析

第三节 2012年中国笔记本电脑产量增长性分析

一、产量增长

二、集中度变化

第六章 2011-2012年中国电子计算机整机制造行业数据监测分析

第一节 2011-2012年中国电子计算机整机制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2012年中国电子计算机整机制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2011-2012年中国电子计算机整机制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2011-2012年中国电子计算机整机制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2011-2012年中国电子计算机整机制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第七章 2012-2013年中国笔记本电脑业市场动态分析

第一节 2012-2013年中国笔记本电脑市场运行分析

一、中低端笔记本缺货大批经销商转投山寨本

二、笔记本电脑销量占电脑销量六成

三、杭州笔记本电脑销量猛增

四、中关村笔记本备战五一小长假市场动态

第二节 2012-2013年中国笔记本电脑价格分析

一、十大品牌笔记本电脑价格同比分析

三、影响市场价格的因素分析

第三节 2012-2013年中国笔记本电脑技术新进展分析

一、浅谈商务笔记本新技术

二、华硕P系列商务笔记本 配备最新防盗技术

第八章 2012-2013年中国笔记本七大区域市场透析

第一节 华东地区

一、经济状况及购买能力

二、华东地区对笔记本电脑的关注程度

三、品牌渗透情况

四、品牌笔记本电脑价格走势分析

第二节 华北地区

第三节 华南地区

第四节 东北地区

第五节 华中地区

第六节 西北地区

第七节 西南地区

第九章 2012-2013年中国笔记本电脑市场销售渠道及策略分析

第一节 中国笔记本电脑市场销售终端的基本类型

- 一、中国笔记本电脑渠道之：传统IT渠道特点
- 二、笔记本电脑终端之：大型行业直销渠道
- 三、笔记本电脑终端之：3C渠道

第二节 笔记本电脑企业主要代理模式分析

- 一、代理模式分析
- 二、代理支持分析
- 三、代理政策的几点建议

第三节 2012-2013年中国笔记本电脑市场销售分析

- 一、渠道增值能力备受关注
- 二、更多渠道青睐笔记本电脑
- 三、消费渠道浮出水面

第四节 中国笔记本电脑在不同渠道销售策略分析

- 一、笔记本电脑主要厂商产品策略情况
- 二、价格策略
- 三、渠道策略

第十章 2011-2012年中国笔记本电脑进出口数据监测分析

第一节 2011-2012年中国笔记本电脑进口数据分析

- 一、进口数量分析
- 二、进口金额分析

第二节 2011-2012年中国笔记本电脑出口数据分析

- 一、出口数量分析
- 二、出口金额分析

第三节 2011-2012年中国笔记本电脑进出口平均单价分析

第四节 2011-2012年中国笔记本电脑进出口国家及地区分析

- 一、进口国家及地区分析
- 二、出口国家及地区分析

第十一章 2012-2013年中国笔记本电脑市场消费调查分析

第一节 消费者购买、使用笔记本电脑情况分析

一、受访者拥有笔记本电脑的比例

二、购买笔记本电脑考虑最多的因素

第二节 购买笔记本的主要用途

第三节 笔记本电脑功能和需求调查

一、购买笔记本电脑时消费者对具体功能参数的要求

二、购买笔记本电脑时消费者对具体配置的要求

三、消费者对品牌的认知调查

四、国产品牌和进口品牌产品的调查

五、笔记本电脑产品的价位调查

第三部分 笔记本电脑市场竞争力测评

第十二章 2012-2013年中国笔记本电脑市场竞争新格局透析

第一节 2012-2013年中国笔记本电脑竞争总况

一、笔记本与台式机平分秋色

二、中外笔记本厂商面临三大竞争焦点透析

三、G3笔记本“独家合作”模式力压竞争对手

第二节 2012-2013年中国笔记本电脑市场总体竞争情况

一、主要竞争对手构成

二、市场集中度分析

第三节 2014-2019年中国笔记本电脑企业提升竞争力策略分析

一、成本控制策略

二、产品选择策略

三、销售竞争策略

四、企业竞争策略

五、并购重组策略

第十三章 2012-2013年国内外LED背光源的笔记本电脑尖端企业分析

第一节 HP

一、生产商计划2010年笔记本产品线“无汞化”

二、推出多款采用LED背光源的笔记本电脑

第二节 Dell公司

一、LED背光源笔记本产品所占比重

二、产品市场竞争力分析

三、发展规划分析

第三节 宏基公司

第四节 联想

第十四章 2012-2013年中国笔记本电脑行业标杆企业运营财务指标分析

第一节 联想（北京）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 上海惠普有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 苏州三星电子电脑有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 东芝信息机器（杭州）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 戴尔（厦门）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 北大方正科技有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 英顺达科技有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 纬新资通（昆山）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 达福（上海）电脑科技有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 仁宝资讯工业（昆山）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一节 略……

第四部分 笔记本电脑市场盈利与投资潜力研究

第十五章 2014-2019年中国笔记本电脑行业发展趋势分析

第一节 2014-2019年中国笔记本电脑行业发展趋势分析

一、大屏幕笔记本电脑有望台式机

二、小屏幕笔记本电脑会持续升温

三、采用3D液晶显示面板的笔记本电脑有望问世

四、无线方案多元化

五、触摸屏将成市场主流

六、笔记本电脑技术呈现四大趋势

七、采用LED背光源的笔记本电脑将是未来行业发展的主流

八、超轻超薄是其主要发展方向

九、随着Windows7推出，触摸功能也将成为未来的一大趋势

第二节 2014-2019年中国笔记本市场预测分析

一、预计2011年的全球3D笔记本出货量及增长情况预测

二、笔记本产量预测分析

三、笔记本市场需求情况预测分析

第三节 2014-2019年中国笔记本电脑市场盈利预测分析

第十六章 2014-2019年我国笔记本电脑产业投资机会分析

第一节 2012-2013年中国笔记本电脑行业投资环境分析

一、中国宏观经济运行情况

二、中国宏观经济政策取向分析

第二节 2014-2019年中国笔记本电脑行业投资周期分析

一、经济周期

二、增长性与波动性

三、成熟度分析

第三节 2014-2019年中国笔记本电脑行业投资机会分析

一、投资潜力分析

二、盈利水平分析

三、融资方式分析

第十七章 2014-2019年笔记本电脑产业投资风险

第一节 政策风险

一、《电气电子产品类强制性认证实施规则——信息技术设备》分析

二、笔记本电脑产品出口退税率分析

第二节 市场风险

一、低价笔记本电脑风险分析

二、平板机威胁分析

三、美元汇率风险分析

第三节 财务风险及防范措施

一、财务风险分析

二、相应对策分析

第四节 经营管理风险及防范措施

一、企业经营管理的现状

二、企业经营管理中存在的问题

三、经营管理存在问题的成因

四、解决经营管理中存在问题的对策

第十八章 笔记本电脑行业项目投资建议

第一节 产品技术应用注意事项

一、2012-2013年产品技术发展趋势分析

二、三网融合技术分析

第二节 项目投资注意事项

一、我国投资趋势预测

二、相关法律法规概述

第三节 产品生产开发注意事项

一、产品定位分析

二、3D笔记本产品分析

第四节 行业分析基本结论

一、笔记本电脑行业发展趋势

二、笔记本电脑投资前景

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102636.html>