

2011-2015年中国品牌一体 电脑（AIO）行业市场分析与行业调查报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国品牌一体电脑（AIO）行业市场分析与行业调查报告》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.bosidata.com/yingjian1109/D471984VR7.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-09-21

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国品牌一体电脑（AIO）行业市场分析与行业调查报告》共十四章。首先介绍了品牌一体电脑（AIO）行业相关概述、中国品牌一体电脑（AIO）产业运行环境等，接着分析了中国品牌一体电脑（AIO）行的现状，然后介绍了中国品牌一体电脑（AIO）行业竞争格局。随后，报告对中国品牌一体电脑（AIO）行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国品牌一体电脑（AIO）产业发展前景与投资预测。您若想对品牌一体电脑（AIO）产业有个系统的了解或者想投资品牌一体电脑（AIO）行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

目前，中国一体电脑市场保持稳步发展，联想以较大优势领跑。家用一体电脑仍然在整体市场中占据较大优势，参与品牌众多。而商用产品市场相对则较为单调。

第一章 一体电脑相关概述

第一节 电脑的发展及应用

第二节 一体电脑

一、一体电脑基本组成

二、一体电脑特点

三、一体电脑配置

第三节 其它各型电脑

一、笔记本电脑（便携电脑、手提电脑）

二、掌上电脑

三、超级计算机(巨型计算机)

四、台式电脑

五、光子计算机

六、黑洞计算机

七、生物计算机

八、DNA计算机

九、纳米计算机

十、AI（人工智能）

第二章 2010-2011年全球电脑产业整体运行态势分析

第一节 2010-2011年全球电脑市场运行总况

- 一、全球PC格局大洗牌
- 二、全球电脑市场规模分析
- 三、全球电脑市场品牌分析

第二节 2010-2011年全球电脑市场监测

- 一、全球电脑销量
 - 1、台式机
 - 2、笔记本
- 二、全球电脑品牌销量排行
- 三、全球电脑价格分析

第三节 2011-2015年全球电脑市场前景预测

第三章 2010-2011年中国电脑产业运行新形势分析

第一节 2010-2011年中国电脑产业动态聚焦

- 一、2011第二届国际(北京)平板电脑产业峰会
- 二、中国电脑普及应用情况

第二节 2010-2011年中国电脑产业发展总况

- 一、中国计算机制造业经济指标分析
- 二、全球化背景下中国电脑市场格局分布
- 三、中国电脑市场需求回暖
- 四、2006-2010年中国电脑产量统计分析

- 1、微型计算机
- 2、笔记本电脑

第三节 2010-2011年中国电脑产业市场走势分析

- 一、中国电脑市场规模及容量分析
- 二、电脑市场需求消费结构分析
 - 1、笔记本
 - 2、台式机
- 三、中国电脑价格走势分析
 - 1、品牌机价格
 - 2、杂牌机价格

第四节 2010-2011年全球一体电脑销售情况

一、全球一体电脑销量及市场占有率分析

二、2011年全球一体电脑市场预测

第五节 2010-2011年中国电脑产业发展中存在的问题

第四章 2010-2011年中国笔记本电脑产业运行环境解析

第一节 2010-2011年中国宏观经济经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2010-2011年中国一体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 2010-2011年中国一体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 2010-2011年中国一体电脑社会环境分析

一、中国人口规模及学历状况

二、电脑更新换代速度

三、电脑在现代化办公中国的地位

四、居民消费观念

第五章 2010-2011年中国一体电脑市场运营态势

第一节 2010-2011年中国一体电脑市场总况

一、一体电脑外观与设计

二、一体电脑三全产品线分析（全平台、全尺寸、全价格段产品线）

三、一体电脑成本

四、一体电脑爆发元年

五、品牌加低价格 AIO全新模式

第二节 2010-2011年中国一体电脑高速发展因素分析

- 一、厂商的看好与推动
- 二、需求日渐细分化的发展趋势
- 三、一体电脑多层次和多角度的定位挖掘出了更多的市场发展空间

第六章 2010-2011年中国一体电脑市场深度剖析

第一节 2010-2011年中国一体电脑市场产销形势

- 一、中国一体电脑市场容量分析
- 二、PC一体机大受市场欢迎
- 三、中国一体电脑潜在需求分析
- 四、一体电脑销量及占PC传统机比重

第二节 2010-2011年中国一体电脑买场分析

- 一、IT卖场（中关村等）
- 二、家电卖场（国美、苏宁）

第三节 2010-2011年中国一体电脑价格分析

- 一、主流品牌机价格
- 二、一体电脑同品牌传统PC价格对比

第七章 2010-2011年中国一体电脑市场调研

第一节 消费者购买、使用一体电脑情况分析

- 一、受访者拥有电脑的比例
- 二、受访者对一体电脑认知情况
- 三、受访者对一体电脑关注度

第二节 一体电脑功能和需求调查

- 一、购买一体电脑时消费者对具体功能参数的要求
- 二、购买一体电脑时消费者对具体配置的要求
- 三、消费者对一体电脑品牌关注度
- 四、一体电脑产品的价位调查

第三节 购买一体电脑考虑最多的因素（价格、品牌、实用性、其它）

第八章 2010-2011年中国一体电脑市场销售渠道及策略分析

第一节 中国一体电脑市场销售终端的基本类型

一、中国一体电脑渠道之：传统IT渠道特点

二、一体电脑终端之：大型行业直销渠道

三、一体电脑终端之：3C渠道

第二节 一体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 2010年中国一体电脑市场销售分析

一、渠道增值能力备受关注

二、更多渠道青睐一体电脑

三、消费渠道浮出水面

第四节 中国一体电脑在不同渠道销售策略分析

一、一体电脑主要厂商产品策略情况

二、价格策略

三、渠道策略

第九章 2010-2011年中国一体电脑市场竞争新格局透析

第一节 2010-2011年中国一体电脑竞争总况

一、一体电脑三大竞争优势

二、一体电脑与传统PC竞争分析

三、一体电脑与传统笔记本电脑竞争分析

第二节 2010-2011年中国一体电脑市场竞争力分析

一、国内外品牌竞争

二、价格竞争分析

三、性价比分析

第三节 2010-2011年中国一体电脑市场集中度分析

第四节 2011-2015年中国一体电脑竞争趋势

第十章 2010-2011年外资品牌一体电脑市场分析

第一节 IBM

一、企业概况

二、IBM一体电脑规格及参数

三、IBM一体电脑市场分析

第二节 苹果

第三节 惠普

第四节 戴尔

第五节 索尼（Sony）

第十一章 2010-2011年中国品牌一体电脑市场分析

第一节 Lenovo（联想）

一、企业概况

二、联想一体电脑规格及参数

三、联想一体电脑市场分析

第二节 Founder（方正）

第三节 神舟

第四节 海尔集团

第五节 万利达

第六节 清华同方

第七节 宏基（ASUS）中国台湾

第八节 华硕（Acer）中国台湾

第十二章 2010-2011年中国一体电脑零部件市场分析

第一节 一体电脑一般配置

第二节 2010-2011年中国一体电脑零部件市场分析

一、机箱

1、电源

2、硬盘

3、磁盘 内存

4、主板

5、CPU - 中央处理器

6、光驱

7、声卡

8、网卡

9、显卡

- 二、显示器
- 三、键盘
- 四、鼠标
- 五、音箱

第十三章 2011-2015年中国一体电脑市场前景与发展趋势预测

第一节 2011-2015年中国一体电脑前景预测

- 一、电脑制造业前景预测
- 二、一体电脑市场销售形势预测
- 三、一体电脑的配件发展前景
- 四、电脑产量预测预测
- 五、一体电脑市场盈利预测

第二节 2011-2015年中国一体电脑趋势预测

- 一、一体电脑外观与设计流行趋势
- 二、一体电脑价格趋势

第十四章 2011-2015年中国一体电脑市场投资价值研究

第一节 2010-2011年中国一体电脑投资概况

- 一、一体电脑投资特性
- 二、一体电脑投资环境

第二节 2011-2015年中国一体电脑市场投资空白点分析

- 一、农村市场分析
- 二、一体电脑清洗市场分析

第三节 2011-2015年中国一体电脑市场投资风险测评

- 一、市场运营机制
- 二、竞争风险
- 三、金融风险
- 四、进退入风险

第四节 专家观点

图表目录：

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年前三季度中国三产业增加值结构图

图表：2009-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2009-2010年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2010年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2010年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年7月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年10月人民币汇率中间价对照表

图表：2009-2010年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009-2010年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2010年10月20日中国人民银行利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：2005-2009年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2009年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2006-2009年全国微型计算机产量分析

图表：2010年1-11月全国及主要省份微型计算机产量分析

图表：2010年1-11月微型计算机产量集中度分析

图表：2006-2009年全国笔记本电脑产量分析

图表：2010年1-11月全国及主要省份笔记本电脑产量分析

图表：2010年1-11月笔记本电脑产量集中度分析

图表：2006-2010年11月份中国计算机制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年11月份中国计算机制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年11月份中国计算机制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2006-2010年11月份中国计算机制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2010年中国计算机制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2010年中国计算机制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2010年中国计算机制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2010年中国计算机制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2006-2010年11月份中国计算机制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国计算机制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国计算机制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国计算机制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国计算机制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国计算机制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国计算机制造行业主要盈利能力指标分析

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yingjian1109/D471984VR7.html>