

2012-2016年中国笔记本电脑行业 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

《2012-2016年中国笔记本电脑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/yingjian1201/P643802MUG.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-01-30

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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《2012-2016年中国笔记本电脑行业市场分析与行业调查报告》立足于笔记本电脑行业发展现状分析,通过对笔记本电脑行业环境、笔记本电脑产业链、笔记本电脑市场供需、笔记本电脑价格、笔记本电脑生产企业的详尽剖析,以使投资者达到对笔记本电脑产品市场发展现状的全面、深入掌握;同时为使投资者把握笔记本电脑未来的市场发展趋势,我中心还对笔记本电脑行业未来发展趋势和市场前景进行科学、严谨的分析与预测;另外在投资分析部分,针对企业投资决策依据进行了重点分析,并综合给出投资建议。

通过《2012-2016年中国笔记本电脑行业市场分析与行业调查报告》,生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息,为研究竞争对手的市场定位,产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

英文名称为NoteBook,俗称笔记本电脑。portable、laptop、notebook computer,简称NB,又称手提电脑或膝上型电脑(港台称之为笔记型电脑1),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。

第一章 2011年世界笔记本电脑行业整体运营状况分析

第一节 2011年世界电脑产业运行环境分析

第二节 2011年世界笔记本电脑市场动态分析

一、全球笔记本电脑产量及增长情况

二、华硕拟笔记本电脑产量提高

三、惠普第一季度在美PC销量超过戴尔荣登榜首

第三节 2011年世界笔记本电脑行业市场运行格局

一、世界笔记本电脑市场运行特征分析

二、世界主要笔记本电脑品牌综述

三、世界笔记本电脑新技术进展

第四节 2011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

第五节 2012-2016年世界笔记本电脑行业发展趋势分析

第二章 2011年中国笔记本电脑行业市场运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国笔记本电脑行业政策环境分析

第三章 2011年中国笔记本电脑行业市场运行态势剖析

第一节 2011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

第二节 2011年中国笔记本电脑市场发展现状分析

- 一、电脑产业在国民经济中的作用
- 二、笔记本已经真正到达了全民普及阶段
- 三、大屏幕笔记本时代尚未到来

第三节 2011年中国笔记本电脑技术新进展

- 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

第四节 2011年中国笔记本电脑产业存在的问题分析

第四章 2009-2011年中国笔记本电脑制造行业数据监测分析

第一节 2009-2011年中国笔记本电脑制造行业总体数据分析

- 一、2009年中国笔记本电脑制造行业全部企业数据分析
- 二、2010年中国笔记本电脑制造行业全部企业数据分析
- 三、2011年中国笔记本电脑制造行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国笔记本电脑制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2009年中国笔记本电脑制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2010年中国笔记本电脑制造行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国笔记本电脑制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国笔记本电脑制造行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国笔记本电脑制造行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国笔记本电脑制造行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国笔记本电脑制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2007-2011年中国笔记本电脑产量统计分析

第一节 2007-2010年全国笔记本电脑产量分析

第二节 2011年9月全国及主要省份笔记本电脑产量分析

第三节 2011年9月笔记本电脑产量集中度分析

第六章 2011年中国笔记本电脑业市场销售形势深度剖析

第一节 2011年中国笔记本电脑市场

一、惠普调整笔记本策略--主打13寸市场

二、“上网本”拉低电脑整体售价

三、宏基笔记本销量将提前超越惠普

四、四月上旬面板价持续上扬

第二节 2011年中国笔记本电脑需求情况分析

一、笔记本电脑销量占电脑销量六成

二、杭州笔记本电脑销量猛增

三、中关村笔记本备战五一小长假市场动态

第三节 2011年中国笔记本电脑价格分析

一、“上网本”拉低电脑整体售价

二、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

第七章 2011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、中国笔记本电脑市场各终端的基本特点

二、各类笔记本电脑终端的分布格局

三、笔记本电脑市场的主要销售模式

第二节 笔记本电脑企业主要渠道模式分析

一、区域代理

二、买断品牌

三、特许经营

第三节 2011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情况

一、笔记本电脑渠道策略分析

二、代理商选择策略

三、渠道的本土化策略

四、品牌联合策略

第八章 2011年中国笔记本电脑市场消费调查

第一节 消费者购买、使用笔记本电脑情况分析

一、所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 笔记本电脑的配置

一、品牌和价格

二、售后服务

三、笔记本电脑的产地

第三节 购买笔记本的主要用途

一、基本的需求（文字处理、收发邮件和下载数据）

二、音乐播放

三、DVD播放

四、视频聊天

五、图片编辑

第四节 进阶功能和需求调查

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

第九章 2011年中国笔记本电脑市场竞争格局透析

第一节 2011年中国笔记本电脑市场竞争格局

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 2011年中国笔记本电脑行业竞争现状

一、品牌竞争分析

二、价格竞争分析

三、营销方式竞争分析

第三节 2011年中国笔记本电脑行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第四节 2012-2016年中国笔记本电脑行业竞争趋势分析

第十章 2011年中国品牌笔记本电脑企业竞争性财务指标分析（企业可自选）

第一节 联想控股有限公司

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（中国）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 略……

第十一章 2012-2016年中国笔记本电脑行业发展趋势与前景展望

第一节 2012-2016年中国笔记本电脑发展前景分析

第二节 2012-2016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取代台式机
- 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

第三节2012-2016年中国笔记本市场预测分析

- 一、未来市场供给情况预测分析
- 二、未来市场供给需求情况预测分析

第四节 2012-2016年中国笔记本电脑市场盈利预测分析

第十二章 2012-2016年中国笔记本电脑行业投资战略研究

第一节2012-2016年中国笔记本电脑行业投资周期分析

第二节2012-2016年中国笔记本电脑行业投资机会分析

- 一、投资热点分析
- 二、区域投资潜力分析
- 三、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2012-2016年中国笔记本电脑行业投资风险预警

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

图表目录：（部分）

图表：2005-2011年三季度中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010.09-2011.09中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2011年三季度我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2011年三季度我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2010中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.9-2011.9年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2011年三季度我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2011年三季度我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：近期人民币汇率中间价（对美元）

图表：2010.9-2011.9中国货币供应量月度数据统计

图表：2005-2011年9月中国外汇储备走势图

图表：1990-2011年央行存款利率调整统计表

图表：1990-2011年央行贷款利率调整统计表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2011年三季度中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2011年三季度我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2011年三季度中国货物进口总额和出口总额走势图

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：2005-2010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：2001-2010年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1990-2010年中国城镇化率走势图

图表：2005-2010年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2007-2011年我国笔记本电脑制造行业企业数量增长趋势图

图表：2007-2011年我国笔记本电脑制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2007-2011年我国笔记本电脑制造行业从业人数增长趋势图

图表：2007-2011年我国笔记本电脑制造行业资产规模增长趋势图

图表：2011年三季度我国笔记本电脑制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2011年三季度我国笔记本电脑制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2011年三季度我国笔记本电脑制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2011年三季度我国笔记本电脑制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2007-2011年我国笔记本电脑制造行业产成品增长趋势图

图表：2007-2011年我国笔记本电脑制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2007-2011年我国笔记本电脑制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2007-2011年我国笔记本电脑制造行业销售成本增长趋势图

图表：2007-2011年我国笔记本电脑制造行业费用使用统计图

图表：2007-2011年我国笔记本电脑制造行业主要盈利指标统计图

图表：2007-2011年我国笔记本电脑制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2007-2010年全国笔记本电脑产量分析

图表：2011年9月全国及主要省份笔记本电脑产量分析

图表：2011年9月笔记本电脑产量集中度分析

图表：消费者拥用笔记本的比率

图表：计划一年内购置笔记本的比率对比分析

图表：用笔记本播放高清影片的选择

图表：购买笔记本考虑的因素调查分析

图表：购买笔记本的主要用途调查分析

图表：消费者对笔记本具体功能要求对比分析

图表：消费者对笔记本电脑屏幕尺寸的要求调查分析

图表：消费者对笔记本电脑屏幕尺寸重点分布

图表：不需要独立显卡的笔记本电脑尺寸

图表：消费者对笔记本独立显卡的选择

图表：消费者对笔记本独立显卡需求情况分析

图表：消费者购买双显卡能支付的幅度

图表：消费者对笔记本处理器的选择

图表：消费者对笔记本处理器核心数目的需求

图表：消费者对笔记本电脑CPU选择

图表：消费者对笔记本电脑内存的选择

图表：消费者对笔记本电脑硬盘的选择

图表：消费者对笔记本高清影片及大容量电池的选择

图表：消费者对笔记本重量的选择

图表：消费者对笔记本读卡器的选择

图表：消费者对笔记本HDMI的选择

图表：消费者对笔记本光驱的选择

图表：消费者对笔记本电脑摄像头的选择

图表：消费者对笔记本电脑无线网卡的选择

图表：消费者对笔记本指纹识别的选择

图表：消费者对笔记本电脑正版系统的选择

图表：消费者对笔记本电脑品牌选择的选择

图表：消费者对笔记本价格的选择

图表：联想控股有限公司主要经济指标走势图

图表：联想控股有限公司经营收入走势图

图表：联想控股有限公司盈利指标走势图

图表：联想控股有限公司负债情况图

图表：联想控股有限公司负债指标走势图

图表：联想控股有限公司运营能力指标走势图

图表：联想控股有限公司成长能力指标走势图

图表：上海惠普有限公司主要经济指标走势图

图表：上海惠普有限公司经营收入走势图

图表：上海惠普有限公司盈利指标走势图

图表：上海惠普有限公司负债情况图

图表：上海惠普有限公司负债指标走势图

图表：上海惠普有限公司运营能力指标走势图

图表：上海惠普有限公司成长能力指标走势图

图表：苏州三星电子电脑有限公司主要经济指标走势图

图表：苏州三星电子电脑有限公司经营收入走势图

图表：苏州三星电子电脑有限公司盈利指标走势图

图表：苏州三星电子电脑有限公司负债情况图

图表：苏州三星电子电脑有限公司负债指标走势图

图表：苏州三星电子电脑有限公司运营能力指标走势图

图表：苏州三星电子电脑有限公司成长能力指标走势图

图表：东芝信息机器（杭州）有限公司主要经济指标走势图

图表：东芝信息机器（杭州）有限公司经营收入走势图

图表：东芝信息机器（杭州）有限公司盈利指标走势图

图表：东芝信息机器（杭州）有限公司负债情况图

图表：东芝信息机器（杭州）有限公司负债指标走势图

图表：东芝信息机器（杭州）有限公司运营能力指标走势图

图表：东芝信息机器（杭州）有限公司成长能力指标走势图

图表：戴尔（中国）有限公司主要经济指标走势图

图表：戴尔（中国）有限公司经营收入走势图

图表：戴尔（中国）有限公司盈利指标走势图

图表：戴尔（中国）有限公司负债情况图

图表：戴尔（中国）有限公司负债指标走势图

图表：戴尔（中国）有限公司运营能力指标走势图

图表：戴尔（中国）有限公司成长能力指标走势图

图表：北大方正科技有限公司主要经济指标走势图

图表：北大方正科技有限公司经营收入走势图

图表：北大方正科技有限公司盈利指标走势图

图表：北大方正科技有限公司负债情况图

图表：北大方正科技有限公司负债指标走势图

图表：北大方正科技有限公司运营能力指标走势图

图表：北大方正科技有限公司成长能力指标走势图

图表：2012-2016年中国笔记本电脑行业市场消费量预测

图表：2012-2016年中国笔记本电脑行业市场前景预测

图表：2012-2016年中国笔记本电脑行业市场价格走势预测

图表：2012-2016年中国笔记本电脑行业发展前景预测

图表：略……

更多图表见报告正文

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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/yingjian1201/P643802MUG.html>