

2011-2015年笔记本电脑行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

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

《2011-2015年笔记本电脑行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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.cction.com/report/201105/67720.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

2011年有很多足以影响移动计算机市场发展的事件发生，受到最广泛关注的是英特尔6系列Cougar主板被爆有严重缺陷。虽然这个事件以大量问题主板被英特尔召回告终，但是由于该事件涉及大量的笔记本制造商，所以许多笔记本电脑的销售处于暂停状态。这意味着在2011年开年的第一季度，笔记本电脑的销售情况不会太好。全球排名前五位的笔记本制造商，受二月份工作日比其他月份少的缘故，一季度销量环比降低4%到6%。惠普H公司曾预计其2011年全年的笔记本电脑出货总数量将达到4500万至4800万台，ACER也称将达到4000-4500万台。另一个影响笔记本电脑市场发展的重要因素是平板电脑市场的持续崛起。在2011年移动世界大会中发布的所有新平板电脑产品，例如华硕Slider和宏碁的Iconia Tab，都将对笔记本电脑的销售造成影响。而之前专家预测，在2011年，整个平板电脑市场的销量将会达到4700万台，2012年将达到7080万台，而苹果iPad的销量将会达到3370万台，这都将对笔记本电脑造成一定的威胁。上网本的萎缩和放缓对笔记本是一个好消息。2011年上网本市场将下滑7%，但销量依然会保持在3290万台左右，这大约占了全球PC市场10%的份额，这一数字不及平板电脑的预估。但总体情况还比较乐观，虽然许多订单因为英特尔公司的问题被延后，例如目前富士康电子从惠普，苹果和索尼公司收到的订单量少于平时。但是2011年第二季度的订单量与去年同期相比，增长的可能性很大，特别是在四月份，英特尔推出经过缺陷修复的6系列芯片组。销量将会有15%到20%的增长。

近年来，在全球经济危机阴影下，IT行业也从长远的角度对公司的运营开始进行全新的评估。更加谨慎的投资行为，从一定程度上也影响了新产品推出速度。纵观整个笔记本电脑行业，众多厂商一方面减慢芯片升级更新的速度，另一方面则沿用目前成熟的产品，采用较为温和的市场价格控制以继续在市场里销售。2010年随着市场的回暖，从年初开始包括Intel、AMD、VIA上游厂商，联想、惠普、戴尔、宏碁等国际品牌，以及方正、同方、华硕等二线品牌，甚至包括下游渠道商和经销商，在笔记本市场均或多或少的出现利润反弹的趋势。在这种态势下，不得不令笔记本电脑产业各方角色重新调整市场策略，以把握“后金融危机时代”的有利商机。在市场定位方面，售价低廉的笔记本产品已不再是杂牌的代名词，越来越多的主力厂商采用具有全新性价比概念的产品来吸引那些精打细算的消费者。特别是对于那些预算有限的个人消费端，相同价位能够体验到更强的性能、更好的设计成为主流用户的选购初衷。2010年，轻薄型笔记本以时尚的外观吸引了不少消费者的目光，但轻薄型的笔记本电脑内部的设计空间要比主流笔记本产品更受局限。虽然它们在设计时为了散热会做一些特殊处理，如采用低功耗处理器、优化内部散热结构等，但总得来说，在相同或相近性能的前提下，其散热性能还是面临严峻的考验。现在除了一些中高档机型肯舍得用合金

打造之外，对于面向主流消费级市场的高性价产品而言还是采用塑料材质打造的居多。从导热性来看，这类产品的散热效率方面肯定没有合金材料来的迅速，在产品外观、操作舒适度以及平台稳定性方面更具优势。在设计上，彩色外壳的笔记本是2010年的一大趋势。随着时代的变化，彩壳本也不再是女生的专利，宝石蓝、咖啡棕都是很适合男生的颜色。而在看到这一变化趋势后，各大厂商也纷纷推出了彩壳机型。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、工业和信息化部、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、计算机行业协会、国内外相关刊物的基础信息以及各产业研究单位等公布和提供的大量资料。本报告对我国笔记本电脑行业发展现状、发展趋势、竞争格局、投资前景等进行了分析，重点对笔记本电脑营销策略和营销渠道、笔记本电脑组配件市场发展状况等方面进行了深入探讨，是笔记本电脑制造企业、研究单位、销售企业以及相关企业和单位、计划投资于笔记本电脑行业的企业等准确了解目前中国笔记本电脑市场发展动态，把握行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 笔记本电脑行业发展概述

第一节 行业概述

一、行业定义

二、行业分类

第二节 产业链分析

一、行业在国民经济中的地位

二、行业发展历程

第三节 笔记本电脑当前发展综述

一、笔记本电脑产销量分析

二、当前技术、设备、生产工艺分析

三、行业企业发展情况

四、笔记本电脑所处经济周期

五、行业景气性分析

六、行业主要经济指标分析

第四节 国内外代表性国家笔记本电脑发展对比

一、发展模式

二、技术特点

三、笔记本电脑结构

四、企业发展

五、发展走向

第二章 计算机行业发展现状

第一节 2010年PC产业市场现状分析

一、2010年电脑市场发展分析

二、2010年PC市场热点分析

三、2010年商用电脑市场热点分析

四、品牌机与组装机用户选购分析

第二节 计算机行业经济运行状况

一、2010年微型电子计算机产量分析

二、2010年电子计算机制造销售收入前十家企业排名

三、2010年电子计算机制造主要经济指标分析

第三节 2010-2011年PC产业市场分析及预测

一、2010年PC市场细分市场分析

二、2010年PC市场主打安全牌

三、2010年中国PC市场规模预测

四、2011年PC市场大势前瞻

第三章 国外笔记本电脑行业发展分析

第一节 2011年全球笔记本电脑市场发展现状分析

一、2010年全球笔记本电脑市场发展现状

二、2011年全球笔记本电脑市场销售预测

三、2011年全球笔记本电脑市场需求预测

四、2011年全球笔记本电脑市场发展趋势

第二节 主要地区和国家笔记本电脑市场分析

一、2010年法国笔记本电脑市场现状

二、2011年美国笔记本电脑市场需求

三、2010-2011年亚太笔记本电脑市场分析

四、2010-2011年日本笔记本电脑市场分析

五、2010-2011年韩国笔记本电脑市场分析

第四章 我国笔记本电脑行业发展现状

第一节 2010年笔记本电脑发展现状分析

- 一、2010年笔记本电脑发展分析
- 二、2010年笔记本电脑进出口分析
- 三、2010年笔记本品牌及产品关注度分析

第二节 2010年中国笔记本市场消费行为分析

- 一、市场概述及观点
- 二、调查概述及调查对象分布
- 三、实际用户消费行为调查分析
- 四、潜在用户购买倾向调查分析
- 五、市场预测

第三节 2010年笔记本市场不同消费群体分析

- 一、价格战引领笔记本市场发展
- 二、笔记本市场的不同消费对象分析
- 三、未来的笔记本市场

第四节 2010年笔记本进出口市场分析

- 一、2010年笔记本电脑进出口量、进出口金额分析
- 二、2010年笔记本电脑进出口结构分析
- 三、2010年笔记本电脑进出口地域分析
- 四、2010年笔记本电脑进出口政策分析
- 五、2010年笔记本电脑进出口走势分析
- 六、2010年笔记本电脑国际贸易状况分析
- 七、2010年不同地区笔记本电脑进出口分析
- 八、2010-2011年笔记本进出口量预测

第五章 笔记本电脑产销分析

第一节 笔记本电脑生产状况分析

- 一、2010年行业笔记本电脑产量、产值分析
- 二、2010年笔记本电脑生产成本与出厂价格分析
- 三、2010年笔记本电脑当前产能配置分析
- 四、生产模式分析
- 五、2010年笔记本电脑产销率与库存投资
- 六、2010年笔记本电脑产出结构
- 七、2010年笔记本电脑产出企业、地域集中度分析

八、2010年不同地区生产情况分析

九、笔记本电脑生产技术发展

十、2010-2011年笔记本产量预测

第二节 笔记本电脑销售分析

一、笔记本电脑营销模式分析

二、2010年笔记本电脑主要销售渠道分析

三、2010年笔记本电脑广告、促销策略分析

四、2010年笔记本电脑销售网络构建分析

五、2010年笔记本电脑销售情况分析

六、笔记本电脑国际化营销分析

第六章 笔记本电脑供需分析

第一节 笔记本电脑供给分析

一、2010年笔记本电脑供给量分析

二、2010年笔记本电脑供给方式分析

三、2010年笔记本电脑产量与实际供给量关系分析

四、2010年主要笔记本电脑供给企业分析

五、2010年主要笔记本电脑供给地区分析

六、近期笔记本电脑供给规律分析

七、不同笔记本电脑供给模式对比

八、2010-2011年笔记本电脑供给量预测

第二节 笔记本电脑需求分析

一、2010年笔记本电脑需求量分析

二、2010年笔记本电脑需求特点分析

三、笔记本电脑潜在需求开发分析

四、笔记本电脑消费量与实际需求量关系分析

五、2010年主要笔记本电脑需求领域实际需求分析

六、2010年主要笔记本电脑需求地区实际需求分析

七、近期笔记本电脑需求发展规律分析

八、不同笔记本电脑需求空间对比

九、2010-2011年笔记本电脑需求量预测

第七章 笔记本电脑细分市场分析

第一节 家用笔记本电脑市场分析

- 一、2010年家用笔记本电脑产销情况分析
- 二、2010年家用笔记本电脑供给分析
- 三、2010年家用笔记本电脑需求分析
- 四、2010年家用笔记本电脑进出口分析
- 五、2010年家用笔记本电脑供需平衡分析

第二节 商用笔记本电脑市场分析

- 一、2010年商用笔记本电脑产销情况分析
- 二、2010年商用笔记本电脑供给分析
- 三、2010年商用笔记本电脑需求分析
- 四、2010年商用笔记本电脑进出口分析
- 五、2010年商用笔记本电脑供需平衡分析

第八章 笔记本电脑区域市场分析

第一节 笔记本电脑区域比较分析

- 一、华北地区
- 二、华东地区
- 三、华南地区
- 四、西北地区
- 五、东北地区
- 六、华中地区
- 七、西南地区

第二节 不同地区笔记本电脑市场分析

- 一、2010年不同地区笔记本电脑产销分析
- 二、2010年不同地区笔记本电脑政策分析
- 三、2010年不同地域企业竞争力分析
- 四、2010年不同企业笔记本电脑发展程度分析
- 五、2010年不同地区笔记本电脑价格分析
- 六、不同地区笔记本电脑营销模式分析
- 七、2010年不同地区发展趋势分析
- 八、2010-2011年不同地区产销量预测

第二部分 行业竞争格局

第九章 笔记本电脑行业竞争格局分析

第一节 笔记本电脑行业的发展周期

- 一、笔记本电脑行业的经济周期
- 二、笔记本电脑行业的增长性与波动性
- 三、笔记本电脑行业的成熟度

第二节 笔记本电脑行业历史竞争格局综述

- 一、笔记本电脑行业集中度分析
- 二、笔记本电脑行业竞争程度
- 三、笔记本电脑行业SWOT分析
- 四、笔记本电脑行业壁垒分析
- 五、笔记本电脑行业替代品分析

第三节 2010年笔记本市场品牌竞争力分析

- 一、2010年整体市场格局分析
- 二、2010年华人笔记本品牌分析
- 三、2010年欧美笔记本品牌分析
- 四、2010年日韩笔记本品牌分析
- 五、2010年三大阵营竞争力分析

第四节 笔记本与台式电脑的竞争

- 一、2010年个人笔记本电脑品牌竞争情况
- 二、笔记本电脑走向差异化竞争
- 三、2009-2010年整体笔记本电脑市场竞争格局
- 四、笔记本电脑的价格竞争分析
- 五、笔记本让台式机失势

第十章 笔记本电脑企业竞争策略分析

第一节 笔记本电脑市场竞争策略分析

- 一、2011年笔记本电脑市场增长潜力分析
- 二、2011年笔记本电脑主要潜力品种分析
- 三、现有笔记本电脑产品竞争策略分析
- 四、潜力笔记本电脑品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 笔记本电脑企业竞争策略分析

- 一、金融危机对笔记本电脑行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后笔记本电脑行业竞争格局的变化

三、2011-2015年我国笔记本电脑市场竞争趋势

四、2011-2015年笔记本电脑行业竞争格局展望

五、2011-2015年笔记本电脑行业竞争策略分析

六、2011-2015年笔记本电脑企业竞争策略分析

第十一章 笔记本电脑重点企业竞争分析

第一节 联想

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第二节 惠普

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三节 华硕

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第四节 神舟

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第五节 戴尔

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第六节 海尔

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第七节 宏碁

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第八节 三星

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第九节 东芝

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第十节 索尼

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十二章 笔记本电脑行业发展趋势分析

第一节 计算机行业发展趋势分析

一、2011年计算机市场发展前瞻

二、2011年计算机市场展望

三、2011年台式机电脑市场展望

四、2011年PC电脑的销量预测

第二节 笔记本电脑研发趋势分析

一、笔记本电脑研究开发新趋势

二、笔记本电脑主要品种发展趋势

第三节 2011年笔记本市场发展趋势分析

一、2011年品牌发展趋势

二、2011年价格发展趋势

三、2011年产品发展趋势

四、2011年技术发展趋势

五、2011年渠道发展趋势

第四节 2011-2015年中国笔记本电脑市场趋势分析

一、2010-2011年笔记本电脑市场趋势总结

二、2011-2015年笔记本电脑发展趋势分析

三、2011-2015年笔记本电脑市场发展空间

四、2011-2015年笔记本电脑产业政策趋向

五、2011-2015年笔记本电脑技术革新趋势

六、2011-2015年笔记本电脑价格走势分析

第十三章 未来笔记本电脑行业发展预测

第一节 2011-2015年国际笔记本电脑市场预测

一、2011-2015年全球笔记本电脑行业产能预测

二、2011-2015年全球笔记本电脑市场需求前景

三、2011-2015年全球笔记本电脑市场价格预测

第二节 2011-2015年国内笔记本电脑市场预测

一、2011-2015年国内笔记本电脑行业产能预测

二、2011-2015年国内笔记本电脑行业产量预测

三、2011-2015年国内笔记本电脑市场需求前景

四、2011-2015年国内笔记本电脑市场价格预测

五、2011-2015年国内笔记本电脑行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十四章 笔记本电脑行业投资现状分析

第一节 2010年笔记本电脑行业投资情况分析

一、2010年总体投资及结构

二、2010年投资规模情况

三、2010年投资增速情况

四、2010年分行业投资分析

五、2010年分地区投资分析

六、2010年外商投资情况

第二节 2011年1季度笔记本电脑行业投资情况分析

一、2011年1季度总体投资及结构

二、2011年1季度投资规模情况

三、2011年1季度投资增速情况

四、2011年1季度分行业投资分析

五、2011年1季度分地区投资分析

六、2011年1季度外商投资情况

第十五章 笔记本电脑行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2010-2011年我国宏观经济运行情况

二、2011-2015年我国宏观经济形势分析

三、2011-2015年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2011年笔记本电脑行业政策环境

二、2011年国内宏观政策对其影响

三、2011年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2011年社会环境发展分析

三、2011-2015年社会环境对行业的影响分析

第四节 电子产业振兴规划

一、电子产业振兴规划概述

二、电子产业振兴规划细则

三、电子产业振兴规划三大任务

四、电子产业振兴规划六大工程

五、电子产业振兴规划十项措施

六、电子产业振兴规划的意义与作用

七、电子产业振兴规划对笔记本电脑行业的影响

第十六章 笔记本电脑行业投资机会与风险

第一节 笔记本电脑行业投资效益分析

- 一、2010-2011年笔记本电脑行业投资状况分析
- 二、2011-2015年笔记本电脑行业投资效益分析
- 三、2011-2015年笔记本电脑行业投资趋势预测
- 四、2011-2015年笔记本电脑行业的投资方向
- 五、2011-2015年笔记本电脑行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响笔记本电脑行业发展的主要因素

- 一、2011-2015年影响笔记本电脑行业运行的有利因素分析
- 二、2011-2015年影响笔记本电脑行业运行的稳定因素分析
- 三、2011-2015年影响笔记本电脑行业运行的不利因素分析
- 四、2011-2015年我国笔记本电脑行业发展面临的挑战分析
- 五、2011-2015年我国笔记本电脑行业发展面临的机遇分析

第三节 笔记本电脑行业投资风险及控制策略分析

- 一、2011-2015年笔记本电脑行业市场风险及控制策略
- 二、2011-2015年笔记本电脑行业政策风险及控制策略
- 三、2011-2015年笔记本电脑行业经营风险及控制策略
- 四、2011-2015年笔记本电脑行业技术风险及控制策略
- 五、2011-2015年笔记本电脑同业竞争风险及控制策略
- 六、2011-2015年笔记本电脑行业其他风险及控制策略

第十七章 笔记本电脑行业投资战略研究

第一节 笔记本电脑行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国笔记本电脑品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、笔记本电脑实施品牌战略的意义
- 三、笔记本电脑企业品牌的现状分析

四、我国笔记本电脑企业的品牌战略

五、笔记本电脑品牌战略管理的策略

第三节 笔记本电脑行业投资战略研究

一、2011年计算机行业投资战略

二、2011年笔记本电脑行业投资战略

三、2011-2015年笔记本电脑行业投资战略

四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录

图表：2010-2011年笔记本电脑进口量曲线图

图表：2010-2011年中国大陆笔记本电脑进口量月累计表

图表：2010-2011年笔记本电脑出口量曲线图

图表：2010-2011年中国大陆笔记本电脑出口量月累计表

图表：2010年笔记本电脑品牌关注度分析

图表：2010年笔记本电脑产品关注度分析

图表：2010年笔记本电脑消费行为调查对象性别分布

图表：2010年笔记本电脑消费行为调查对象年龄分布

图表：2010年笔记本电脑消费行为调查对象职业分布

图表：2010年笔记本电脑消费行为调查对象月收入分布

图表：2010年笔记本电脑消费行为调查对象在全国七大区域的分布状况

图表：2010年笔记本电脑消费行为调查分布率最高的大省市自治区及直辖市分布

图表：2010年笔记本电脑消费行为消费者购买产品情况分布

图表：笔记本电脑消费行为购买笔记本至今大概多久

图表：笔记本电脑消费行为计划换本用户分布状况

图表：笔记本电脑消费行为实际购买产品品牌分布

图表：选择笔记本而不是台式机的原因分布

图表：实际用户购买笔记本的价位区间分布

图表：实际用户购买笔记本的用途分布

图表：实际用户购买笔记本的屏幕规格分布

图表：实际用户购买笔记本的屏幕尺寸分布

图表：实际用户购买笔记本的CPU类型分布

图表：实际用户购买笔记本的内存大小分布

图表：除USB接口，实际用户最常用到的接口分布

图表：实际用户购买笔记本的地点分布

图表：笔记本电脑使用至今是否出现质量问题

图表：笔记本电脑产品出现质量问题的主要表现

图表：笔记本电脑计划购买时间分布状况

图表：笔记本电脑优先选择品牌排行榜

图表：笔记本电脑首选联想的潜在用户次优先选择品牌分布

图表：笔记本电脑首选惠普的潜在用户次优先选择品牌分布

图表：笔记本电脑首选戴尔的潜在用户次优先选择品牌分布

图表：笔记本电脑首选华硕的潜在用户次优先选择品牌分布

图表：笔记本电脑选购笔记本最大顾虑分布

图表：笔记本电脑选购笔记本最关心的配置分布

图表：笔记本电脑潜在用户可接受价位分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的颜色分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的外壳分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的屏幕规格分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的屏幕尺寸分布

图表：笔记本电脑奔腾双核T、T等低端双核笔记本是否会吸引您购买

图表：笔记本电脑SantaRosa已经发布，会选择迅驰还是现有平台产品

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的显卡类型分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的内存大小分布

图表：笔记本电脑潜在用户认可的笔记本待机时间分布

图表：笔记本电脑潜在用户认为最需要的技术功能分布

图表：笔记本电脑是否会购买Vista最新技术的笔记本

图表：笔记本电脑潜在用户倾向购买笔记本的类型分布

图表：笔记本电脑潜在用户理想的笔记本重量分布

图表：笔记本电脑潜在用户获知产品信息渠道调查

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的渠道分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的时间分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的地点分布

图表：笔记本电脑实际购买产品品牌分布

图表：笔记本电脑实际用户与潜在用户选购笔记本的价位分布

图表：笔记本电脑实际用户与潜在用户选购笔记本的屏幕尺寸分布

图表：笔记本电脑实际用户与潜在用户选购笔记本的屏幕规格分布

图表：笔记本电脑实际用户与潜在用户选购笔记本的内存大小分布

图表：2010-2011年4月微型电子计算机产量全国合计

图表：2010-2011年4月微型电子计算机产量北京市合计

图表：2010-2011年4月微型电子计算机产量天津市合计

图表：2010-2011年4月微型电子计算机产量山西省合计

图表：2010-2011年4月微型电子计算机产量辽宁省合计

图表：2010-2011年4月微型电子计算机产量吉林省合计

图表：2010-2011年4月微型电子计算机产量黑龙江合计

图表：2010-2011年4月微型电子计算机产量上海市合计

图表：2010-2011年4月微型电子计算机产量江苏省合计

图表：2010-2011年4月微型电子计算机产量浙江省合计

图表：2010-2011年4月微型电子计算机产量安徽省合计

图表：2010-2011年4月微型电子计算机产量福建省合计

图表：2010-2011年4月微型电子计算机产量山东省合计

图表：2010-2011年4月微型电子计算机产量河南省合计

图表：2010-2011年4月微型电子计算机产量广东省合计

图表：2010-2011年4月微型电子计算机产量陕西省合计

图表：2010-2011年4月笔记本电脑产量全国合计

图表：2010-2011年4月笔记本电脑产量北京市合计

图表：2010-2011年4月笔记本电脑产量天津市合计

图表：2010-2011年4月笔记本电脑产量山西省合计

图表：2010-2011年4月笔记本电脑产量辽宁省合计

图表：2010-2011年4月笔记本电脑产量吉林省合计

图表：2010-2011年4月笔记本电脑产量黑龙江合计

图表：2010-2011年4月笔记本电脑产量上海市合计

图表：2010-2011年4月笔记本电脑产量江苏省合计

图表：2010-2011年4月笔记本电脑产量浙江省合计

图表：2010-2011年4月笔记本电脑产量安徽省合计

图表：2010-2011年4月笔记本电脑产量福建省合计

图表：2010-2011年4月笔记本电脑产量山东省合计

图表：2010-2011年4月笔记本电脑产量河南省合计

图表：2010-2011年4月笔记本电脑产量广东省合计

图表：2010-2011年4月笔记本电脑产量陕西省合计

图表：2010年2月电子计算机制造销售收入前十家企业排名

图表：2010年5月电子计算机制造销售收入前十家企业排名

图表：2010年8月电子计算机制造销售收入前十家企业排名

图表：2010年11月电子计算机制造销售收入前十家企业排名

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标全国合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标北京市合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标天津市合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标河北省合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标山西省合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标内蒙古合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标辽宁省合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标吉林省合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标黑龙江合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标上海市合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标江苏省合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标浙江省合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标安徽省合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标福建省合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标江西省合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标山东省合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标河南省合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标湖北省合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标湖南省合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标广东省合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标广西区合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标重庆市合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标四川省合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标云南省合计

图表：2010-2011年4月电子计算机制造主要经济指标陕西省合计

图表：2010年最受关注的15大笔记本品牌关注度分布

图表：15大笔记本品牌中华人、欧美、日韩所占关注度分布

图表：2010年1-12月主流华人笔记本品牌关注比例走势

图表：2010年1-12月主流欧美笔记本品牌关注比例走势

图表：2010年1-12月主流日韩系笔记本品牌关注比例走势

图表：2010年笔记本电脑品牌关注度排行

图表：2009-2010年中国长城计算机深圳股份有限公司每股指标

图表：2009-2010年中国长城计算机深圳股份有限公司获利能力表

图表：2009-2010年中国长城计算机深圳股份有限公司经营能力表

图表：2009-2010年中国长城计算机深圳股份有限公司偿债能力表

图表：2009-2010年中国长城计算机深圳股份有限公司资本结构表

图表：2009-2010年中国长城计算机深圳股份有限公司发展能力表

图表：2009-2010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：2009-2010年中国长城计算机深圳股份有限公司利润分配表

图表：2010-2011年4月不同核心数量CPU价格走势对比

图表：2010-2011年4月两大厂商价格变动产品数量对比

图表：2010-2011年4月Intel.CPU和AMD.CPU价格走势对比

图表：2010-2011年4月酷睿2双核处理器价格走势对比

图表：2010-2011年4月Intel与AMD双核系列产品价格走势对比

图表：2010-2011年4月Intel与AMD低端系列产品价格走势对比

图表：2010-2011年4月酷睿2双核处理器市场平均价格走势

图表：2010-2011年4月Intel与AMD双核系列产品均价走势对比

图表：2010-2011年4月Intel与AMD低端系列产品均价走势对比

图表：2010-2011年4月中国市场最受用户关注前15大液晶显示器品牌关注比例分布

图表：2010-2011年4月中国液晶显示器区域市场关注比例分布

图表：2010-2011年4月全国七大区域市场关注度排前十名的品牌列表

图表：2010-2011年4月中国市场宽屏与非宽屏液晶显示器关注比例分布

图表：2010-2011年4月中国市场不同尺寸液晶显示器关注比例分布统计

图表：2010-2011年4月中国市场不同价格段液晶显示器关注比例分布

图表：2010-2011年4月不同价格段19英寸宽屏液晶显示器关注比例分布

图表：2010-2011年4月不同价格段22英寸宽屏液晶显示器关注比例分布

图表：2010年中国市场最受用户关注的15大显卡品牌分布

图表：2010年中国市场NVIDIA与ATI芯片关注比例对比
图表：2010年中国市场最受关注的前十大显示芯片
图表：2010年中国市场不同接口显卡关注比例分布
图表：2010年中国市场不同价格区间显卡关注比例分布
图表：2006年与2010年不同价格区间显卡关注比例对比
图表：2010年1月-12月不同价格区间显卡关注比例走势
图表：2010年1-12月整体显卡市场价格指数走势
图表：2010年NVIDIA与ATI芯片显卡均价对比
图表：2010年中国市场主流品牌显卡市场均价对比
图表：国内3-5万元PC服务器市场列表
图表：2010年度硬盘品牌关注状况分析
图表：2010年度硬盘品牌关注度对比分析
图表：2010年度各硬盘品牌关注度排名增长状况
图表：2010年不同接口类型硬盘产品的关注度对比分析
图表：2010年不同容量硬盘产品的关注度对比分析
图表：2010年不同缓存硬盘产品的关注度对比分析
图表：2010年度各型号硬盘关注度排名状况
图表：2010年度台式机硬盘关注度排名状况
图表：2010年度笔记本硬盘关注度排名状况
图表：2010年机箱品牌分析
图表：2010年机箱价位分析
图表：2010年机箱选择重点分析
图表：2010年主板市场品牌关注度
图表：2010年主板市场产品关注度
图表：2010年12月中国市场最受用户关注的十大内存品牌分布
图表：2010年11月与12月最受用户关注的十大厂商排行榜分布对比状况
图表：2001-2006年全球前十大品牌美系、华人、日系市场占有率比较

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201105/67720.html>