

2015-2020年中国笔记本市场深度调研与投资前景研究报告

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

《2015-2020年中国笔记本市场深度调研与投资前景研究报告》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/yingjian1504/F74382F9F3.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-04-03

【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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国笔记本市场深度调研与投资前景研究报告》共九章。报告介绍了笔记本行业相关概述、中国笔记本产业运行环境、分析了中国笔记本行业的现状、中国笔记本行业竞争格局、对中国笔记本行业做了重点企业经营状况分析及中国笔记本产业发展前景与投资预测。您若想对笔记本产业有个系统的了解或者想投资笔记本行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

中国笔记本电脑市场已经进入比较成熟的阶段。2009年以来，随着经济的逐步复苏，我国笔记本电脑市场开始重回增长通道，国家两化融合战略的实施成为市场销售增长的动力之一；同时3G商用、芯片与操作系统新品推出、电脑下乡、以旧换新等事件与政策也推动市场强劲增长。

2012年中国笔记本电脑出口额达1138亿美元。2012年中国笔记本电脑市场上，联想以31.2%的关注比例领先于其他品牌，华硕和惠普则是分别以13.7%和11.9%的关注比例排在品牌关注榜的第二和第三位。除此之外，其他品牌的关注比例均不足10%。2013年笔记本电脑出口金额达到1108亿美元，同比下降2.6%。2014年4月中国笔记本电脑市场上，在售产品数量为2450款，较3月减少277款，市场更迭速度较快。2014年上半年我国笔记本电脑共出口357亿美元。

未来全球笔记本电脑市场仍将保持高速增长。中国用户对笔记本电脑的需求呈现不断增长的趋势，而伴随着家电下乡等政策落在实处，农村和乡镇市场也逐渐被开拓出来，中国市场未来2-3年将继续增长并超过欧洲和北美市场。

报告目录

第一部分 笔记本行业及市场分析

第一章 世界笔记本电脑行业整体运营状况分析

第一节 2015年世界电脑产业运行环境分析

一、2015年世界经济运行综述

二、2015年世界经济发展趋势

三、2015年全球经济形势展望

第二节 世界笔记本电脑市场动态分析

一、2015年全球笔记本产量

二、2015年华硕笔记本电脑产量

三、2015年惠普笔记本分析

四、2015年全球前五大笔记本电脑厂商出货量分析

第三节 2015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 2015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 2015-2020年世界笔记本电脑行业发展趋势分

第二章 中国笔记本电脑行业市场运行环境解析

第一节 2015年中国宏观经济经济环境分析

一、2015年我国宏观经济运行分析

二、2015年中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

三、2015年中国经济增长分析预测

第二节 2015年中国笔记本电脑市场政策环境分析

一、行业政策

二、相关行业政策

第三章 中国笔记本电脑行业市场运行态势剖析

第一节 2015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

四、商用笔记本电脑特征分析

五、2015年中国笔记本电脑市场寡头时代临近

第二节 2015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、2014年我国笔记本电脑出口分析

三、LED背光笔记本电脑成产业增长新焦点

四、采用SSD的上网本与笔记本电脑面临困境

五、2015年上网本品牌排行

第三节 2015年中国笔记本电脑技术新进展

一、2015年商务笔记本新技术

二、华硕P系列商务笔记本 配备最新防盗技术

三、笔记本电脑新配置USB PLUS接口成选购必备

第四章 中国笔记本电脑业内热点产品运营态势分析

第一节 2015年中国笔记本电脑市场

一、惠普调整笔记本策略 09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、笔记本定制风潮

五、2015年中国笔记本电脑品牌广告投放分析

第二节 2015年中国笔记本电脑市场供给情况分析

一、2015年中国笔记本电脑产量分析

二、中低端笔记本缺货大批经销商转投山寨本

三、中低端笔记本电脑货源不足

第三节 2015年中国笔记本电脑价格分析

一、2015年笔记本电脑市场价格走势分析

二、2015年中国笔记本电脑市场价格研究

第二部分 笔记本市场营销策略及消费者调查

第五章 2015年中国笔记本电脑市场销售渠道及策略分析

第一节 笔记本电脑厂商销售渠道竞争分析

一、电脑行业发展形势

二、多样化渠道时代来临

三、渠道未来要打好组合拳

第二节 2015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

第三节 从渠道看整体国内外产品策略比较分析

一、神州数码 VS 惠普 VS 戴尔

二、产品 VS 价格 VS 渠道

三、蓝海战略 VS 长尾理论 VS Web3.0

第六章 2015年中国笔记本电脑市场消费调查

第一节 2014年笔记本市场用户消费行为调查

一、调查概述及调查对象分布

二、用户消费行为特征调查

三、主流品牌用户消费行为调查

四、市场预测

第二节 2015年中国上网本市场品牌关注度研究

一、整体市场品牌格局

二、品牌关注趋势

第三节 2015年中国笔记本市场品牌关注度研究

一、整体市场品牌格局

二、区域市场品牌格局

三、主流品牌忠诚度

第三部分 笔记本市场竞争格局及优势企业分析

第七章 中国笔记本电脑市场竞争格局透析

第一节 2015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、G3笔记本“独家合作”模式力压竞争对手

三、笔记本电脑与手机争3G市场

四、超薄笔记本电脑替代上网本欠缺功能

第二节 国内笔记本电脑行业竞争分析

一、我国笔记本电脑行业发展阶段分析

二、我国笔记本电脑市场需求分析

三、我国笔记本电脑市场供给分析

四、我国笔记本电脑行业存在的机会与威胁

第三节 国产笔记本电脑与外资品牌竞争分析

- 一、国产笔记本电脑叫板外资品牌
- 二、笔记本电脑市场外资品牌未来仍不敌内资

第八章 中国笔记本电脑优势企业竞争力及关键性数据分析

第一节 联想控股有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2015年企业经营与财务状况分析
- 三、2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第二节 上海惠普有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2015年企业经营与财务状况分析
- 三、2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第三节 苏州三星电子电脑有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2015年企业经营与财务状况分析
- 三、2015年企业竞争优势分析

第四节 东芝信息机器（杭州）有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2015年企业经营与财务状况分析
- 三、2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第五节 戴尔（中国）有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2015年企业经营与财务状况分析
- 三、2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第六节 北大方正科技有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2015年企业经营与财务状况分析
- 三、2015年企业竞争优势分析

第四部分 笔记本行业发展趋势与前景展望

第九章 博思数据关于中国笔记本电脑行业发展趋势与前景展望

第一节 2015-2020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、笔记本电脑迎来轻薄时代
- 七、笔记本产品4大技术趋势
- 八、2015年笔记本电脑技术趋势

第二节 2015-2020年中国笔记本市场预测分析

- 一、2015年中国笔记本电脑市场销售量分析
- 二、笔记本电脑市场未来增长预测
- 三、未来笔记本电脑在中国PC市场发展最快
- 四、低价笔记本电脑的未来发展分析
- 五、2015年上网本消费市场趋势展望

第三节 2015-2020年中国笔记本电脑市场盈利预测分析

- 一、电脑利润趋薄 上网本市场看好
- 二、2015-2020年中国超移动笔记本电脑市场销售额预测

图表目录

图表：2007-2014年国际市场初级产品价格指数

图表：1999年8月—2015年工业增加值月度同比增长率（%）

图表：2015年工业增加值增长速度

图表：2015年各地区工业增加值增长速度

图表：2015年工业分大类行业增加值增长速度

图表：2015年工业主要产品产量及增长速度

图表：1999年8月—2015年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表：2015年社会消费品零售总额

图表：2015年居民消费价格分类指数

图表：2015年各地区居民消费价格指数(以上年同期价格为100)

图表：2015年商品零售价格分类指数

图表：2014年12月-2015年消费者信心指数

图表：1999年1-8月—2015年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表：2015年城镇固定资产投资情况

图表：2015年各行业城镇投资情况

图表：2015年各地区城镇投资情况

图表：2015年房地产开发企业完成投资及增速情况

图表：2015年进出口商品贸易方式总值表

图表：2015年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表：2014年1月-2015年CPI&PPI走势图

图表：2007年1月-2015年数据及政策

图表：2015年宏观经济景气指数

图表：2014年6月-2015年宏观经济景气指数预警信号图

图表：2014年中国笔记本电脑厂商市场份额

图表：2015年最受用户关注的十大上网本品牌关注分布

图表：2015年最受用户关注的十大上网本品牌关注比例对比

图表：2015年笔记本电脑品牌广告预估费用排行

图表：2015年笔记本电脑网络媒体品牌广告预估费用排行

图表：2015年笔记本电脑品牌广告预估费用排行

图表：2015年笔记本电脑品牌广告投放媒体类别排行

图表：2014年1-12月全国笔记本电脑生产、出口情况

图表：2015年中国笔记本市场价格指数走势对比

图表：2015年中国笔记本市场均价走势

图表：2015年主流屏幕尺寸笔记本价格指数走势

图表：2015年主流屏幕尺寸笔记本市场均价走势

图表：2015年迅驰2笔记本市场价格指数走势

图表：2015年迅驰2笔记本市场均价走势

图表：2015年主流屏幕尺寸笔记本降价产品数量分布

图表：2015年不同价格区间笔记本降价产品数量分布

图表：2015年笔记本市场主流品牌均价对比

图表：2015年笔记本市场主流品牌迅驰2产品均价对比

图表：2015年中国笔记本市场价格指数

图表：2015年中国笔记本市场均价

图表：2015年不同屏幕尺寸笔记本价格指数变化

图表：2015年不同屏幕尺寸笔记本价格变化

图表：2015年不同功能类型笔记本价格指数变化

图表：2015年不同功能类型笔记本价格变化

图表：2015年最受用户关注的十大品牌笔记本均价

图表：2015年降价产品最多的十大品牌

图表：2015年十大品牌降价幅度最大产品对比

图表：调查对象性别分布

图表：调查对象年龄分布

图表：调查对象月收入分布

图表：调查对象所在区域分布

图表：2015年用户选购笔记本最注重的因素分布

图表：2015年用户选购笔记本最关心的配置分布

图表：2015年用户购买笔记本的主要用途分布

图表：2014年与2015年用户购买笔记本的主要用途分布

图表：2015年用户对不同品牌笔记本的选择分布

图表：2015年用户对不同系列笔记本的选择分布

图表：2015年用户对不同类型笔记本的选择分布

图表：2015年用户选购笔记本的屏幕规格分布

图表：2015年用户选购笔记本的屏幕尺寸分布

图表：2015年用户选购笔记本的外观颜色分布

图表：2015年用户选购笔记本的CPU类型分布

图表：2014年与2015年用户购买笔记本的CPU类型分布

图表：2015年用户选购笔记本的内存大小分布

图表：2015年用户选购笔记本理想的待机时间分布

图表：2015年用户选购笔记本能接受的价位分布

图表：2015年用户选购笔记本理想的机器重量分布

图表：2015年用户获取产品信息的主要渠道分布

图表：2015年用户购买笔记本的时间分布

图表：2015年用户购买笔记本的地点分布

图表：用户对主流品牌不同系列笔记本的选择分布

图表：用户对主流品牌不同屏幕尺寸笔记本的选择分布

图表：用户对主流品牌不同价位笔记本的选择分布

图表：2014-2015年用户选购产品品牌分布

图表：2014年与2015年用户可接受的笔记本价位分布

图表：2014年与2015年用户选购笔记本的屏幕尺寸分布

图表：2014年与2015年用户选购笔记本的屏幕规格分布

图表：2015年最受用户关注的十大上网本品牌关注度分布

图表：2015年最受用户关注的十大上网本品牌

图表：2015年联想、华硕、神舟、惠普品牌关注度走势对比

图表：2015年最受用户关注的十大上网本品牌关注度预测

图表：2015年最受用户关注的上网本品牌

图表：2015年最受用户关注的十大笔记本品牌关注度分布

图表：2015年最受用户关注的十大笔记本品牌分布

图表：2015年四大品牌关注度走势

图表：2015年中国市场七大区域笔记本关注分布

图表：2015年华东最受用户关注的十大笔记本品牌分布

图表：2015年华北最受用户关注的十大笔记本品牌分布

图表：2015年华南最受用户关注的十大笔记本品牌分布

图表：2015年联想、惠普、华硕品牌重合度分布

图表：2015年关注联想的用户对其他品牌关注比例分布

图表：2015年关注惠普的用户对其他品牌关注比例分布

图表：2015年关注华硕的用户对其他品牌关注比例分布

图表：2015年最受用户关注的十大笔记本品牌关注度预测

图表：2015年最受用户关注的笔记本电脑品牌

图表：2015年中国消费者笔记本电脑品牌占有率统计

图表：2015年中国消费者笔记本电脑品牌预购度统计

图表：2015年中国消费者笔记本电脑品牌满意度统计

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司主营构成

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司流动资产表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司长期投资表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司固定资产表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司无形及其他资产表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司流动负债表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司长期负债表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司股东权益表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司主营业务收入表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司主营业务利润表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司营业利润表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司利润总额表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司净利润表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司每股指标表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司获利能力表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司经营能力表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司偿债能力表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司资本结构表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司发展能力表

图表：2012-2015年北大方正科技有限公司现金流量分析表

图表：2015年中国笔记本电脑市场销售量预测

图表：2015年中国超移动笔记本电脑市场销售额预测

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/yingjian1504/F74382F9F3.html>