



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国台式电脑市场 运行态势与行业发展前景咨询报 告

一、调研说明

《2010-2015年中国台式电脑市场运行态势与行业发展前景咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/153512.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

【报告前言】

计算机产业全球生产网络中各环节价值生产能力存在巨大差异,诸多镶嵌于不同价值生产环节的企业,由于彼此之间的投入产出联系形成了复杂的权力制约关系与网络组织结构。

1、技术发源与标准制定类企业。只有少数公司属于该类别,其典型代表是英特尔公司和微软公司,他们是计算机产业的龙头,通过合作形成的Wintel联盟制定了计算机产业软、硬件工业标准,控制着计算机最核心产品的研发和生产。英特尔的中央处理芯片(CPU)和微软的视窗操作系统(Windows)都具有很强的技术垄断性,从而保持强大核心竞争力,占据产业内最大利润空间。从上文相关统计看,当整个IT产业平均利润率为13.1%时,Wintel联盟的利润率却高达27.2%。

2、品牌营销与管理类企业。品牌商盈利的来源在于通过拥有好的品牌获取了自己的"市场标识",从而拥有最好的销售渠道和最大的市场资源优势。品牌商并不直接掌握生产技术,当前在生产制造和销售市场逐渐扩大的过程中,品牌商逐渐将生产制造交付于专业合同制造商,形成OEM、ODM等新的生产组织方式,而自身专注于产品的市场销售。目前包括惠普、戴尔和苹果在内的全球主要的计算机制造商已经把它们的笔记本产品全部外包给中国台湾的笔记本制造商,日本东芝、富士通和索尼的笔记本产品外包的比例仍在继续增长,只有中国联想电脑集团增加了自己生产笔记本的比例。

(3) 核心部件研发与生产类企业。如AMD、德州仪器、希捷、台积电等,其掌握核心部件的生产技术同时具备资本优势,由此形成较强的产业内垄断优势,在全球生产网络中占据重要位置及产业内相当一部分的利润空间。核心部件研发与生产属于高技术资本密集型环节,但在技术研发与标准制定方面又受制于英特尔等企业,随着该环节相关技术的扩散,其单厂平均利润额度开始呈现下降趋势,但整体利润率仍保持较高水平。

(4) 一般零部件设计与制造类企业。目前计算机产业中多数零部件生产技术已趋于成熟,其制造几乎全部实现标准化和模块化生产,因此该环节产生的利润主要来自于规模生产和专业化生产,技术创新带来的超额利润较为有限。加之该环节生产领域新技术的扩散速度非常快,多数厂商更愿意扮演技术追随者的角色。因此尽管该环节中也有一些零部件体现高科技含量,如电脑显示器、高档主板、高档显卡等,但总体看该环节通常缺乏特质资产,进入门槛较低,同类企业彼此间竞争较为激烈,产品可替代性强,由此决定了该环节在计算机产业生产网络中较低的地位。

(5) 代工生产与制造组装类企业。该类别企业主要从事计算机最终产品的生产组装。该环节的一些大型专业合同代工厂商,如鸿海、广达等厂商,拥有特质的资产(包括设计与生产制造技

术),能够完成整个全球生产网络每一环节的活动并建立起自己的次级全球生产网络,具备协调整个全球供应网络管理的能力。同时当生产规模扩大时,由于生产能力的集中和元器件采购的集中形成了规模经济,该类厂商能形成与其他类厂商不同的竞争优势。从前文统计看,其单厂利润额仍然处于一定水平即为例证。但该环节仍是典型的劳动密集型生产阶段,技术含量不高,因此主要布局在具有劳动力比较优势的国家和地区,包括中国大陆、东南亚以及中北美一些发展中国家,在全球生产网络价值分配中处于劣势地位。但全球生产网络中企业权力关系随着发展条件的变化是动态变化的,表现在控制与被控制关系的转换。如Linux、Unix操作系统采取免费使用手段对微软windows系统产生一定的冲击;AMD在生产制造能力日益增强情况下开始形成自有技术与标准体系,对英特尔原有技术标准产生一定挑战;合同制造商中的宏基、华硕亦开始向价值高端攀登,发展自由品牌,改变了计算机原来国际生产格局,宏基目前已成为全球第三大品牌商,华硕亦迈入前十行列。

根据国家统计局为我们提供的数据,截至2009年底,国内共有规模以上电子计算机整机制造企业166家。

2007年中国电子计算机整机制造企业销售总额为7457亿元,到2008年中国已经形成了企业年销售额为7659亿元的产业。目前,2006-2008年三年中该行业的市场销售年均增长率为10.0%。

随着台式电脑市场竞争的加剧,厂商利润越来越薄,厂商的生存面临挑战。整体台式电脑市场优势厂商依然还是联想第一,其次是方正、清华同方、戴尔、惠普。中国商用台式电脑市场的格局,以联想、方正、同方等为代表的中国品牌占主导地位的竞争市场格局已经初步形成。市场竞争加剧风险的增加。

【报告目录】

第一章 2009-2010年世界电脑产业运行状况分析 14

第一节 2009-2010年世界电脑产业发展综述 14

一、世界电脑产业发展特点分析 14

二、世界电脑产业品牌分析 15

三、世界电脑市场竞争分析 20

第二节 2009-2010年世界国家电脑市场分析 22

一、美国电脑市场销量分析 22

二、英国电脑市场 22

三、日本:电脑市场没有淡季 23

第二章 2009-2010年中国电脑产业运行态势分析 24

第一节 2009-2010年中国电脑产业发展总况 24

一、全球化背景下中国电脑市场格局分布 24

二、中国电脑市场需求回暖 27

三、中国电脑产业发展特点 28

第二节 2009-2010年中国电脑产业市场走势分析 30

一、电脑产业市场销售分析 30

二、电脑用户规模分析 30

第三节 2009-2010年中国电脑产业发展存在问题分析 31

第三章 2009-2010年中国台式电脑产业运行环境分析 34

第一节 2009-2010年中国台式电脑产业政策分析 34

一、电脑"家电下乡"政策简析 34

二、电脑售后服务政策分析 36

三、进出口政策分析 38

第二节 2009-2010年中国宏观经济环境分析 40

一、中国GDP分析 40

二、中国CPI指数分析 42

三、居民收入水平 44

第三节 2009-2010年中国台式电脑产业社会环境分析 45

第四章 2009-2010年中国台式电脑产业运行形势分析 48

第一节 2009-2010年中国台式电脑产业发展综述 48

一、台式电脑产业发展回顾 48

二、台式电脑价格分析 48

三、触摸屏技术为台式机注入新活力 49

第二节 2009-2010年中国台式电脑产业市场分析 50

一、苏宁台式电脑销售排行榜 50

二、台式电脑产业市场需求分析 51

第三节 2009年中国台式机市场机遇与挑战并存 51

一、进军三到六级市场 51

二、"家电下乡"的巨大挑战 52

- 三、不断拓展销售渠道 52
- 四、一体机PC是否有市场 52

第五章 2009-2010年中国台式电脑产业市场动态分析 54

第一节2009-2010年中国台式电脑产业市场总况 54

- 一、市场消费者调查分析 54
- 二、台式电脑市场销售策略分析 54
- 三、台式电脑市场销售渠道分析 54

第二节 2009年台式机品牌研究 55

- 一、主要结论 55
- 二、整体市场品牌格局 55
- 三、品牌及产品其它调查结果 58

第六章 2009-2010年中国微型电子计算机产量数据统计分析 62

第一节2007年全国微型电子计算机产量数据分析 62

- 一、2007年全国微型电子计算机产量数据 62
- 二、2007年重点省市微型电子计算机产量分布数据 62

第二节2008年全国微型电子计算机产量数据分析 63

- 一、2008年全国微型电子计算机产量数据 63
- 二、2008年重点省市微型电子计算机产量数据 64

第三节 2009年全国微型电子计算机产量数据分析 64

- 一、2009年全国微型电子计算机产量数据 64
- 二、2009年重点省市微型电子计算机产量数据 65

第四节 全国微型电子计算机产量增长性分析 66

第七章 2006-2009年中国电子计算机整机制造行业规模以上企业经济运行数据监测 67

第一节2005-2009年（按季度更新）中国电子计算机整机制造行业数据监测回顾 67

- 一、竞争企业数量 67
- 二、亏损面情况 68
- 三、市场销售额增长 70
- 四、利润总额增长 71
- 五、投资资产增长性 72

六、行业从业人数调查分析 73

第二节2005-2009年（按季度更新）中国电子计算机整机制造行业投资价值测算 74

一、销售利润率 74

二、销售毛利率 75

三、资产利润率 76

第三节2005-2009年（按季度更新）中国电子计算机整机制造行业产销率调查 78

一、工业总产值 78

二、工业销售产值 79

三、产销率调查 80

第四节2005-2009年（按季度更新）电子计算机整机制造出口交货值数据 81

一、出口交货值增长 81

二、出口交货值占工业产值的比重（出口率） 82

第八章 2009-2010年中国台式电脑产业市场竞争格局分析 84

第一节2009-2010年中国台式电脑产业竞争现状分析 84

一、中外竞争力对比分析 84

二、台式电脑市场价格竞争分析 84

第二节2009-2010年中国台式电脑区域格局分析 85

第三节2009-2010年中国台式电脑产业竞争存在问题分析 86

第九章2009-2010年中国台式电脑产业品牌企业竞争性财务数据分析 88

第一节 戴尔（厦门）有限公司 88

一、公司简介 88

二、公司主要经营数据指标分析 88

三、公司竞争力分析 90

四、公司未来战略分析 90

第二节 紫光股份有限公司 91

一、公司简介 91

二、公司主要经营数据指标分析 91

三、公司竞争力分析 93

四、公司未来战略分析 93

第三节 中国长城计算机深圳股份有限公司 93

- 一、公司简介 93
- 二、公司主要经营数据指标分析 94
- 三、公司竞争力分析 96
- 四、公司未来战略分析 96
- 第四节 东莞市方正科技电脑有限公司 96
 - 一、公司简介 96
 - 二、公司主要经营数据指标分析 96
 - 三、公司竞争力分析 98
 - 四、公司未来战略分析 99
- 第五节 联想（北京）有限公司 99
 - 一、公司简介 99
 - 二、公司主要经营数据指标分析 99
 - 三、公司竞争力分析 99
 - 四、公司未来战略分析 100
- 第六节 上海惠普有限公司 100
 - 一、公司简介 100
 - 二、公司主要经营数据指标分析 100
 - 三、公司竞争力分析 102
 - 四、公司未来战略分析 102
- 第七节 浙江万思计算机制造有限公司 103
 - 一、公司简介 103
 - 二、公司主要经营数据指标分析 103
 - 三、公司竞争力分析 105
 - 四、公司未来战略分析 105
- 第八节 同方股份有限公司 105
 - 一、公司简介 105
 - 二、公司主要经营数据指标分析 105
 - 三、公司竞争力分析 107
 - 四、公司未来战略分析 108
- 第九节 苏州三星电子电脑有限公司 108
 - 一、公司简介 108
 - 二、公司主要经营数据指标分析 108

三、公司竞争力分析 110

四、公司未来战略分析 110

第十章 2010-2015年中国台式电脑产业发展趋势预测分析 112

第一节 2010-2015年中国台式电脑行业发展趋势分析 112

一、台式电脑发展前景展望 112

二、台式电脑技术发展方向分析 112

三、计算机整机制造行业预测分析 113

第二节 2010-2015年中国台式电脑市场预测分析 113

一、台式电脑产量预测分析 113

二、台式电脑市场需求预测分析 114

三、台式电脑市场竞争格局预测分析 114

第三节 2010-2015年中国台式电脑市场盈利预测分析 114

第十一章 2010-2015年中国台式电脑行业投资机会与风险分析 117

第一节 2010-2015年中国台式电脑主板行业投资环境分析 117

第二节 2010-2015年中国台式电脑行业投资机会分析 120

第三节 2010-2015年中国台式电脑行业投资风险分析 120

一、宏观调控政策风险 120

二、市场竞争风险 121

三、原料供给风险 121

四、市场运营机制风险 121

第四节 专家投资建议 122

【图表目录】

图表 1 2009年内存条品牌表 17

图表 2 2009年硬盘品牌排名 18

图表 3 2009年度十大品牌LCD液晶显示器排行榜(名单) 18

图表 4 2009年度十大品牌DVD光驱排行榜(名单) 19

图表 5 2009年度十大品牌DVD刻录机排行榜(名单) 19

图表 6 2009年度十大品牌机箱排行榜(名单) 20

图表 7 2009年度十大品牌电源排行榜（名单） 20

图表 8 2009年2月中国市场最受用户关注的十大鼠标品牌排行 20

图表 9 2009十佳键盘品牌 21

图表 10 2009年度十大品牌PC电脑排行榜（名单） 21

图表 11 全球主要电脑品牌厂商代工厂家客户一览表 22

图表 12 2006-2009年中国电脑销量表 32

图表 13 2005-2010年中国互联网用户消费总规模增长及预测趋势图 33

图表 14 城乡电脑普及率的差距也预示着电脑"家电下乡"的巨大市场 36

图表 15 2009年中国主要宏观经济数据增长表 42

图表 16 2000-2009年中国GDP及其增长率统计表 43

图表 17 2003-2009年中国GDP增长率季度统计表 43

图表 18 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 44

图表 19 2008-2009年各月中国价格指数统计表 44

图表 20 2008-2009年中国价格指数月度走势图 45

图表 21 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 46

图表 22 中国城乡居民收入走势对比 46

图表 23 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 47

图表 24 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 48

图表 25 2010年3月中国台式电脑市场各价位段关注比例分布 50

图表 26 2009年底苏宁台式电脑销售排行榜 52

图表 27 2009年消费者关心的售后服务内容 56

图表 28 2010年3月最受用户关注的十款台式电脑产品 57

图表 29 2010年3月中国最受用户关注的十大台式电脑品牌 58

图表 30 2010年3月最受用户关注的十大台式电脑品牌 59

图表 31 2010年3月不同产品类型台式电脑关注比例分布 60

图表 32 2010年3月不同内存容量台式电脑关注比例分布 61

图表 33 2010年3月不同硬盘容量台式电脑关注比例分布 62

图表 34 2010年3月不同显示器大小台式电脑关注比例分布 63

图表 35 2007年全国微型电子计算机产量数据表 64

图表 36 2007年全国微型电子计算机产量分布图 64

图表 37 2008年全国微型电子计算机产量数据表 65

图表 38 2008年全国微型电子计算机产量分布图 66

图表 39 2009年全国微型电子计算机产量数据表 66

图表 40 2009年全国微型电子计算机产量分布图 67

图表 41 2008-2009年全国微型电子计算机产量增长率表 68

图表 42 2006-2009年中国电子计算机整机制造企业数量增长趋势图 69

图表 43 2006-2009年中国电子计算机整机制造行业亏损企业数量增长趋势图 70

图表 44 2006-2009年中国电子计算机整机制造行业亏损额增长情况 71

图表 45 2006-2009年中国电子计算机整机制造行业主营业务收入增长趋势图 72

图表 46 2005-2009年中国电子计算机整机制造行业利润总额增长趋势图 73

图表 47 2006-2009年中国电子计算机整机制造行业资产增长趋势图 74

图表 48 2006-2009年中国电子计算机整机制造行业从业人数增长趋势图 75

图表 49 2005-2009年中国电子计算机整机制造行业销售利润率走势图 76

图表 50 2005-2009年中国电子计算机整机制造行业销售毛利率走势图 77

图表 51 2005-2009年中国电子计算机整机制造行业总资产利润率指标统计表 78

图表 52 2005-2009年中国电子计算机整机制造行业总资产利润率走势图 79

图表 53 2005-2009年中国电子计算机整机制造行业总资产利润率走势图 79

图表 54 2006-2008年中国电子计算机整机制造行业工业总产值情况 81

图表 55 2006-2008年中国电子计算机整机制造行业工业销售产值走势 81

图表 56 2006-2008年中国电子计算机整机制造行业产销率走势图 82

图表 57 2006-2009年中国电子计算机整机制造行业出口交货值走势图 83

图表 58 2006-2009年中国电子计算机整机制造行业出口率走势图 84

图表 59 台式PC品牌竞争力排名 86

图表 60 2008-2009年戴尔（厦门）有限公司收入状况表 91

图表 61 2008-2009年戴尔（厦门）有限公司盈利指标表 91

图表 62 2008-2009年戴尔（厦门）有限公司盈利比率 91

图表 63 2008-2009年戴尔（厦门）有限公司资产指标表 91

图表 64 2008-2009年戴尔（厦门）有限公司负债指标表 92

图表 65 2008-2009年戴尔（厦门）有限公司成本费用构成表 92

图表 66 2002-2010年第一季度紫光股份有限公司主要财务指标表 93

图表 67 2002-2008年紫光股份有限公司成长性指标表 94

图表 68 2002-2008年紫光股份有限公司经营能力指标表 94

图表 69 2002-2008年紫光股份有限公司盈利能力指标表 94

图表 70 2002-2008年紫光股份有限公司偿债能力指标表 95

图表 71 2002-2009年中国长城计算机深圳股份主要财务指标表 96

图表 72 2002-2009年中国长城计算机深圳股份成长性指标表 96

图表 73 2002-2009年中国长城计算机深圳股份经营能力指标表 96

图表 74 2002-2009年中国长城计算机深圳股份盈利能力指标表 97

图表 75 2002-2009年中国长城计算机深圳股份偿债能力指标表 97

图表 76 2002-2010年第一季度方正科技集团股份主要财务指标表 98

图表 77 2002-2009年成方正科技集团股份长性指标表 99

图表 78 2002-2009年方正科技集团股份经营能力指标表 99

图表 79 2002-2009年方正科技集团股份盈利能力指标表 100

图表 80 2002-2009年方正科技集团股份偿债能力指标表 100

图表 81 2008-2009年上海惠普有限公司收入状况表 102

图表 82 2008-2009年上海惠普有限公司盈利指标表 103

图表 83 2008-2009年上海惠普有限公司盈利比率 103

图表 84 2008-2009年上海惠普有限公司资产指标表 103

图表 85 2008-2009年上海惠普有限公司负债指标表 103

图表 86 2008-2009年上海惠普有限公司成本费用构成表 104

图表 87 2008-2009年浙江万思计算机制造有限公司收入状况表 105

图表 88 2008-2009年浙江万思计算机制造有限公司盈利指标表 105

图表 89 2008-2009年浙江万思计算机制造有限公司盈利比率 105

图表 90 2008-2009年浙江万思计算机制造有限公司资产指标表 106

图表 91 2008-2009年浙江万思计算机制造有限公司负债指标表 106

图表 92 2008-2009年浙江万思计算机制造有限公司成本费用构成表 106

图表 93 2002-2009年同方股份主要财务指标表 107

图表 94 2002-2009年同方股份成长性指标表 108

图表 95 2002-2009年同方股份经营能力指标表 108

图表 96 2002-2009年同方股份盈利能力指标表 109

图表 97 2002-2009年同方股份偿债能力指标表 109

图表 98 2008-2009年苏州三星电子电脑有限公司收入状况表 110

图表 99 2008-2009年苏州三星电子电脑有限公司盈利指标表 111

图表 100 2008-2009年苏州三星电子电脑有限公司盈利比率 111

图表 101 2008-2009年苏州三星电子电脑有限公司资产指标表 111

图表 102 2008-2009年苏州三星电子电脑有限公司负债指标表 111

图表 103 2008-2009年苏州三星电子电脑有限公司成本费用构成表 112

图表 104 2010-2015年中国电脑产量增长情况 115

图表 105 2010-2015年中国台式电脑需求增长情况 116

图表 106 2009-2013年中国电子计算机整机制造行业销售利润率走势图 117

图表 107 2009-2013年中国电子计算机整机制造行业总资产利润率走势图 117

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/153512.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。