



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国台式机市场监 测及前景预测研究报告

一、调研说明

《2012-2016年中国台式机市场监测及前景预测研究报告》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/199688.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

台式机，是一种独立相分离的计算机，完完全全跟其它部件无联系，相对于笔记本和上网本体积较大，主机、显示器等设备一般都是相对独立的，一般需要放置在电脑桌或者专门的工作台上。因此命名为台式机。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国台式机市场监测及前景预测研究报告》共十一章。本行业报告主要依据国家统计局、国家信息产业部、国家电子产业部、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、台式机行业协会、国内外相关刊物的基础信息以及台式机行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界台式机行业整体发展大势，对中国台式机行业的发展情况、经济运行数据、主要细分市场、市场营销、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来台式机行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了台式机行业今后的发展与投资策略。

本台式机行业报告，为台式机生产、贸易、零售等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一章 台式机发展简述及产品分类

第一节 台式机发展简述及特点性能

一、台式机发展简述

二、台式机的特点

三、台式机性能指标

第二节 台式机产业发展概况及应用

一、台式机产业发展概况

二、台式机发展与应用

第二章 全球台式机行业发展分析

第一节 2011年全球台式机市场发展现状分析

一、2010年全球台式机市场分析

二、2011年全球台式机市场分析

第二节 2012-2016年全球台式机市场发展预测

- 一、2012年全球台式机市场预测
- 二、2015年全球台式机市场预测

第三章 台式机市场发展概况

第一节 国内台式机发展状况分析

- 一、我国台式机产业市场发展现状分析
- 二、国内台式机产业发展特点分析

第二节 2011年台式机产业市场现状分析

- 一、2011年我国台式机产业发展情况
- 二、2011年台式机市场发展分析
- 三、2011年台式机市场热点分析
- 四、2011年中国台式电脑市场结构分析
- 五、2011年中国台式电脑市场主流厂商分析

第三节 2011年暑期台式机市场消费行为分析

- 一、2011年度台式机市场消费者调查
- 二、2011年中国台式电脑市场学生消费行为调查

第四节 2011-2011年中国一体电脑市场研究年度报告

- 一、2011年中国一体电脑市场概述
- 二、2011年中国一体电脑市场结构分析
- 三、2011年中国一体电脑市场主流厂商分析
- 四、2012-2016年中国一体电脑市场趋势预测

第四章 台式机主要配件市场分析

第一节 2011年中国硬件市场品牌调查分析

- 一、CPU
- 二、内存
- 三、硬盘
- 四、主板
- 五、显卡
- 六、光驱
- 七、机箱
- 八、电源

九、散热器

第二节 2011年中国计算机外设市场品牌调查分析

一、液晶显示器

二、CRT显示器

三、音箱

四、键盘 鼠标

第三节 2011年硬盘市场分析

一、硬盘出货量分析

二、移动硬盘市场增长情况

三、企业级SSD市场缺乏标准

四、2011年固态硬盘出货量将快速成长

五、2012-2013年中国硬盘市场趋势预测

第四节 2011年计算机主板市场分析

一、2011年计算机主板市场发展概述

二、2011年主板市场竞争格局研究

三、2012-2013年中国主板市场趋势预测

第五节 2011年计算机内存市场分析

一、2011年内存整体市场分析

二、DDR内存市场分析

三、2011年内存市场态势五大预测

四、2012-2013年中国内存市场趋势预测

第六节 2011年计算机微处理器（CPU）市场分析

一、CPU市场竞争概况

二、CPU出货分析

三、英特尔处理器产品近期价格趋向

四、国产CPU（龙芯）的前景

五、2012-2013年中国CPU市场趋势预测

第七节 2011年显示器市场分析

一、全球液晶显示器销售与供应分析

二、2011年中国显示器市场分析

三、2011年中国液晶显示器市场分析

四、2010-2011年中国显示器产量分析

五、显示器市场未来的发展趋势预测

六、2012-2013年中国液晶显示器市场趋势预测

第八节 2011年其他组件市场分析

一、2011年音箱市场分析

二、2011年中国激光打印机市场分析

三、2011年中国光存储市场综述

四、2011年中国存储卡市场分析

五、显卡市场现状分析

(一) 整合产品有待提升 显卡将保持高速发展

(二) 2012-2013年中国显卡市场趋势预测

第五章 台式机市场的销售渠道分析

第一节 国内PC销售渠道回顾

一、戴尔直销模式中国失灵

二、长城电脑销售渠道的变更

三、联想营销渠道的变革

四、国内PC销售主流方式

第二节 台式机产品渠道趋势分析

第三节 台式机产品的渠道新举措

一、台式机营销新模式

二、商用PC渠道分析

三、2011年联想惠普领头：商用PC产品渠道双线博弈

四、PC销售渠道之变：上网开店

第四节 台式机产品销售市场问题分析

一、国内低价PC遭遇市场尴尬

二、戴尔直销模式遭遇严峻挑战

三、电脑城渠道将被边缘化

第六章 台式机行业营销策略分析

第一节 主要电脑品牌营销策略分析

一、联想客户营销策略

二、惠普的营销策略

三、戴尔改变销售政策

四、苹果PC营销策略

五、海尔电脑渠道策略

第二节 服务器营销策略分析

一、联想服务器营销战略

二、HP服务器中国大陆市场策略简析

三、长城服务器渠道策略

第三节 惠普营销分析

一、惠普中国市场营销模式

二、HP服务器市场及战略

第七章 台式机市场的竞争格局分析

第一节 台式机市场整体竞争格局

一、台式机竞争格局分析

二、国产PC品牌市场份额分析

第二节 台式机市场竞争状况

一、2011年台式机行业的营销竞争

二、台式机市场竞争将加剧

第三节 品牌PC竞争状况

一、品牌PC竞争趋势

二、2011年联想全球PC市场占有率首超10%

三、本土PC品牌竞争力缺失

第四节 台式机外设及配件市场竞争格局

一、国内显示器市场竞争概况

二、主板芯片组市场竞争状况

三、2011年光驱市场竞争格局分析

第八章 国内外行业领先企业分析

第一节 DELL公司

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第二节 惠普公司

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第三节 联想集团

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第四节 宏基

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第五节 方正公司

一、企业简介

二、市场动态

三、2011年方正告别PC

四、公司战略

第六节 同方股份

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第七节 长城计算机公司

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第八节 海尔集团

- 一、企业简介
- 二、市场动态
- 三、经营业绩
- 四、公司战略

第九章 2012-2016年台式机行业发展趋势预测

第一节 2012-2016年台式机市场发展趋势

- 一、2012-2016年台式机市场发展有利因素
- 二、2012-2016年台式机发展不利因素
- 三、2012-2016年台式机市场结构预测

第二节 2012-2016年台式机市场发展前景预测

- 一、PC市场发展前景预测
- 二、PC市场主要增长点预测
- 三、安全PC市场前景分析
- 四、“十二五规划”对中国商用PC市场的影响

第三节 2012-2016年台式机外设及配件市场发展前景预测

- 一、未来五年投影机市场增长预测
- 二、彩色激光打印机市场前景预测
- 三、键盘鼠标市场分析预测
- 四、PC媒体服务器市场预测
- 六、芯片组市场发展前景预测

第十章 2012-2016年台式机行业发展策略分析

第一节 台式机营销模式分析

- 一、专注产品应用的营销策略
- 二、多元化的事件营销策略
- 三、跨行业的品牌联合营销策略
- 四、国际PC厂商在新兴市场的营销策略

第二节 台式机行业发展策略

- 一、应用创新将引领电脑行业发展
- 二、电脑下乡发展策略
- 三、PC企业融合营销模式

四、品牌电脑的定位分析与适用范围

五、PC企业促销策略研究

第十一章 2012-2016年台式机行业投资策略分析

第一节 2012-2016年台式机投资策略分析

一、全球硬件行业状况

二、国内硬件行业现状

三、上市公司运行状况分析

四、行业未来总体判断及关注热点

五、行业投资策略分析

第二节 2012-2016年台式机行业投资分析

一、2012-2016年台式机行业增长稳定

二、2012-2016年台式机行业投资机会分析

三、2012-2016年台式机产业投资策略

图表目录

图表：2006-2011年全球PC出货量及增长率

图表：2011年四季度四大厂商PC出货量

图表：2011年四季度全球PC厂商出货及市场份额

图表：2011年中国台式电脑市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国台式电脑市场品牌关注比例对比

图表：2011年Q1 - Q4中国台式电脑市场品牌关注排名对比

图表：2011年中国台式电脑市场品牌成长指数对比

图表：2011年中国台式电脑市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国台式电脑市场不同类型产品关注比例分布

图表：2011年中国台式电脑市场联想、戴尔、惠普品牌关注比例走势

图表：2011年中国台式电脑市场神舟、方正、清华同方品牌关注比例走势

图表：2011年中国台式电脑市场主流品牌市售产品数量对比

图表：2011年中国台式电脑市场主流品牌单产品关注率对比

图表：台式购买普及率

图表：购买考虑因素

图表：台式机的购买价位

图表：台式机购买场所

图表：2011年新学期影响参与调查的学生消费者选择台式机的原因

图表：2011年新学期影响参与调查的学生消费者对台式机类型的偏好

图表：2011年新学期参与调查的学生消费者选择DIY攒机的原因

图表：2011年中国一体电脑市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国一体电脑市场品牌关注比例对比

图表：2011年Q1 - Q4中国一体电脑市场品牌关注排名对比

图表：2011年中国一体电脑市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国一体电脑市场不同类型产品关注比例分布

图表：2011年中国一体电脑市场联想、苹果、惠普品牌关注比例走势

图表：2011年中国一体电脑市场联想、苹果、惠普市售产品数量对比

图表：2011年中国一体电脑市场联想、苹果、惠普单产品关注率对比

图表：2011年中国CPU市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国CPU市场品牌关注比例对比

图表：2011年Q1 - Q4中国CPU市场品牌关注排名对比

图表：2011年中国CPU市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国CPU市场不同制作工艺产品关注比例分布

图表：2011年中国CPU市场不同区域关注比例分布

图表：2011年中国CPU市场主流品牌关注比例走势

图表：2011年中国CPU市场Intel、AMD市售产品数量对比

图表：2011年中国CPU市场Intel、AMD单产品关注率对比

图表：2011年中国内存市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国内存市场品牌关注比例对比

图表：2011年Q1 - Q4中国内存市场品牌关注排名对比

图表：2011年中国内存市场品牌成长指数对比

图表：2011年中国内存市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国内存市场不同容量产品关注比例分布

图表：2011年中国内存市场不同区域关注比例分布

图表：2011年中国内存市场主流品牌关注比例走势

图表：2011年中国内存市场金士顿、威刚、宇瞻市售产品数量对比

图表：2011年中国内存市场金士顿、威刚、宇瞻单产品关注率对比

图表：2011年中国硬盘市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国硬盘市场品牌关注比例对比

图表：2011年Q1 - Q4中国硬盘市场品牌关注排名对比

图表：2011年中国硬盘市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国硬盘市场不同容量产品关注比例分布

图表：2011年中国硬盘市场不同区域关注比例分布

图表：2011年中国硬盘市场主流品牌关注比例走势

图表：2011年中国硬盘市场希捷、西部数据、日立市售产品数量对比

图表：2011年中国硬盘市场希捷、西部数据、日立单产品关注率对比

图表：2011年中国主板市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国主板市场品牌关注比例对比

图表：2011年中国整合主板市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国整合主板市场品牌关注比例对比

图表：2011年中国非整合主板市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国非整合主板市场品牌关注比例对比

图表：2011年中国Intel平台主板市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国Intel平台主板市场品牌关注比例对比

图表：2011年中国AMD平台主板市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国AMD平台主板市场品牌关注比例对比

图表：2011年Q1 - Q4中国主板市场品牌关注排名对比

图表：2011年中国主板市场品牌成长指数对比

图表：2011年中国主板市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国主板市场不同集成类型产品关注比例分布

图表：2011年中国主板市场不同主芯片组产品关注比例分布

图表：2011年中国主板市场不同区域关注比例分布

图表：2011年中国主板市场不同省份关注比例分

图表：2011年中国主板市场主流品牌关注比例走势

图表：2011年中国主板市场华硕、技嘉、微星市售产品数量对比

图表：2011年中国主板市场华硕、技嘉、微星单产品关注率对比

图表：2011年中国显卡市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国显卡市场品牌关注比例对比

图表：2011年中国NVIDIA显卡市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国NVIDIA显卡市场品牌关注比例对比

图表：2011年中国AMD显卡市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国AMD显卡市场品牌关注比例对比

图表：2011年Q1 - Q4中国显卡市场品牌关注排名对比

图表：2011年中国显卡市场品牌成长指数对比

图表：2011年中国显卡市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国显卡市场不同芯片厂商产品关注比例分布

图表：2011年中国显卡市场不同区域关注比例分布

图表：2011年中国显卡市场不同省份关注比例分布

图表：2011年中国显卡市场主流品牌关注比例走势

图表：2011年中国显卡市场七彩虹、影驰、索泰市售产品数量对比

图表：2011年中国显卡市场七彩虹、影驰、索泰单产品关注率对比

图表：2011年中国光驱市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国光驱市场品牌关注比例对比

图表：2011年Q1 - Q4中国光驱市场品牌关注排名对比

图表：2011年中国光驱市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国光驱市场不同不同安装方式产品关注比例分布

图表：2011年中国光驱市场不同区域关注比例分布

图表：2011年中国电源市场不同省份关注比例分布

图表：2011年中国光驱市场主流品牌关注比例走势

图表：2011年中国光驱市场先锋、三星、华硕、LG市售产品数量对比

图表：2011年中国光驱市场先锋、三星、华硕、LG单款产品关注率对比

图表：2011年中国机箱市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国机箱市场品牌关注比例对比

图表：2011年Q1 - Q4中国机箱市场品牌关注排名对比

图表：2011年中国机箱市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国机箱市场不同机箱样式产品关注比例分布

图表：2011年中国机箱市场不同区域关注比例分布

图表：2011年中国机箱市场不同省份关注比例分布

图表：2011年中国机箱市场主流品牌关注比例走势

图表：2011年中国机箱市场酷冷至尊、动力火车市售产品数量对比

图表：2011年中国机箱市场酷冷至尊、动力火车单款产品关注率对比

图表：2011年中国电源市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国电源市场品牌关注比例对比

图表：2011年Q1 - Q4中国电源市场品牌关注排名对比

图表：2011年中国电源市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国电源市场不同电源类型产品关注比例分布

图表：2011年中国电源市场不同区域关注比例分布

图表：2011年中国电源市场不同省份关注比例分布

图表：2011年中国电源市场主流品牌关注比例走势

图表：2011年中国电源市场航嘉、长城市售产品数量对比

图表：2011年中国电源市场航嘉、长城单款产品关注率对比

图表：2011年中国散热器市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国散热器市场品牌关注比例对比

图表：2011年Q1 - Q4中国散热器市场品牌关注排名对比

图表：2011年中国散热器市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国散热器市场不同散热方式产品关注比例分布

图表：2011年中国散热器市场不同区域关注比例分布

图表：2011年中国散热器市场不同省份关注比例分布

图表：2011年中国散热器市场主流品牌关注比例走势

图表：2011年中国散热器市场九州风神、超频三、酷冷至尊市售产品数量对比

图表：2011年中国散热器市场九州风神、超频三、酷冷至尊单款产品关注率对比

图表：2011年中国液晶显示器市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国液晶显示器市场品牌关注比例对比

图表：2011年中国LED液晶显示器市场品牌关注比例分布

图表：2011年Q1 - Q4中国液晶显示器市场品牌关注排名对比

图表：2011年中国液晶显示器市场品牌成长指数对比

图表：2011年中国液晶显示器市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国液晶显示器市场不同屏幕尺寸产品关注比例分布

图表：2011年中国液晶显示器市场不同区域关注比例分布

图表：2011年中国液晶显示器市场不同省份关注比例分布

图表：2011年中国液晶显示器市场主流品牌关注比例走势

图表：2011年中国液晶显示器市场三星、LG、AOC市售产品数量对比

图表：2011年中国液晶显示器市场三星、LG、AOC单产品关注率对比

图表：游戏用户喜欢用什么类型液晶的调查图

图表：2011年中国音箱市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国音箱市场品牌关注比例对比

图表：2011年Q1 - Q4中国音箱市场品牌关注排名对比

图表：2011年中国音箱市场品牌成长指数对比

图表：2011年中国音箱市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国音箱市场不同类型产品关注比例分布

图表：2011年中国音箱市场不同区域关注比例分布

图表：2011年中国音箱市场不同省份关注比例分布

图表：2011年中国音箱市场主流品牌关注比例走势

图表：2011年中国音箱市场主流品牌市售产品数量对比

图表：2011年中国音箱市场主流品牌单产品关注率对比

图表：2011年中国键盘市场品牌关注比例分布

图表：2011年中国鼠标市场品牌关注比例分布

图表：2011年中国键鼠套装市场品牌关注比例分布

图表：2011年Q1 - Q4中国键盘市场品牌关注排名对比

图表：2011年Q1 - Q4中国鼠标市场品牌关注排名对比

图表：2011年Q1 - Q4中国键鼠套装市场品牌关注排名对比

图表：2011年中国键盘市场品牌关注比例变动对比

图表：2011年中国鼠标市场品牌关注比例变动对比

图表：2011年中国键鼠套装市场品牌关注比例变动对比

图表：2011年中国键盘市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国鼠标市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国键鼠套装市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国键盘市场不同连接方式产品关注比例分布

图表：2011年中国鼠标市场不同连接方式产品关注比例分布

图表：2011年中国键鼠套装市场不同连接方式产品关注比例分布

图表：2011年中国键盘市场不同区域关注比例分布

图表：2011年中国键盘市场不同省份关注比例分布

图表：2011年中国鼠标市场不同区域关注比例分布

图表：2011年中国鼠标市场不同省份关注比例分布

图表：2011年中国键鼠套装市场不同区域关注比例分布

图表：2011年中国键鼠套装市场不同省份关注比例分布

图表：2011年中国键盘市场主流品牌关注比例走势

图表：2011年中国鼠标市场主流品牌关注比例走势

图表：2011年中国键鼠套装市场主流品牌关注比例走势

图表：2011年中国键盘市场罗技、雷柏、双飞燕市售产品数量对比

图表：2011年中国键盘市场罗技、雷柏、双飞燕单款产品关注率对比

图表：2011年中国鼠标市场罗技、雷柏、雷蛇市售产品数量对比

图表：2011年中国鼠标市场罗技、雷柏、雷蛇单款产品关注率对比

图表：2011年中国键鼠套装市场罗技、雷柏、双飞燕市售产品数量对比

图表：2011年中国键鼠套装市场罗技、雷柏、双飞燕单款产品关注率对比

图表：2010年全球主要厂商硬盘出货量

图表：2007-2010年中国闪存盘市场规模及增长率

图表：2007-2010年中国移动硬盘市场规模

图表：2007-2010年中国存储卡市场规模

图表：2011-2012年中国闪存盘市场销售情况预测

图表：2011-2012年中国移动硬盘市场销售情况预测

图表：2011-2012年中国存储卡市场销售情况预测

图表：世界固态硬盘市场规模预测

图表：2011 - 2013年中国硬盘市场主流品牌关注比例走势预测

图表：2011 - 2013年中国硬盘市场均价走势预测

图表：2011 - 2013年中国主板市场均价走势预测

图表：2011年8月不同价格内存市场人气分布

图表：2011年8月不同类型内存市场人气对比

图表：2011年8月不同容量内存市场人气对比

图表：2011年8月内存市场人气对比(按产品适用类型分)

图表：2011 - 2013年中国内存市场主流品牌关注比例走势预测

图表：2011 - 2013年中国内存市场均价走势预测

图表：1999-2008年全球储存卡及CPU出货量

图表：2011 - 2013年中国CPU市场均价走势预测

图表：2011年11月大陆显示器市场品牌出货量排名

图表：2011年全年大陆显示器市场品牌出货量

图表：2011年全年全球显示器市场品牌出货量

图表：两者背光源对比

图表：2011年全年大陆显示器市场品牌出货量任务对比表

图表：2010年显示器产量全国合计

图表：2010年显示器产量北京市合计

图表：2010年显示器产量天津市合计

图表：2010年显示器产量上海市合计

图表：2010年显示器产量江苏省合计

图表：2010年显示器产量浙江省合计

图表：2010年显示器产量安徽省合计

图表：2010年显示器产量福建省合计

图表：2010年显示器产量山东省合计

图表：2010年显示器产量湖北省合计

图表：2010年显示器产量湖南省合计

图表：2010年显示器产量广东省合计

图表：2010年显示器产量陕西省合计

图表：2011年显示器产量全国合计

图表：2011年显示器产量北京市合计

图表：2011年显示器产量天津市合计

图表：2011年显示器产量上海市合计

图表：2011年显示器产量江苏省合计

图表：2011年显示器产量浙江省合计

图表：2011年显示器产量安徽省合计

图表：2011年显示器产量福建省合计

图表：2011年显示器产量山东省合计

图表：2011年显示器产量湖北省合计

图表：2011年显示器产量湖南省合计

图表：2011年显示器产量广东省合计

图表：2011年显示器产量广西区合计

图表：2011 - 2013年中国液晶显示器市场品牌关注比例走势预测

图表：2011 - 2013年中国液晶显示器市场均价走势预测

图表：2011年中国黑白激光打印机市场品牌关注比例分布

图表：2011年中国彩色激光打印机市场品牌关注比例分布

图表：2010 - 2011年中国彩色激光打印机市场品牌关注比例对比

图表：2011年Q1 - Q4中国黑白激光打印机市场品牌关注排名对比

图表：2011年Q1 - Q4中国彩色激光打印机市场品牌关注排名对比

图表：2011年中国黑白激光打印机市场品牌成长指数

图表：2011年中国彩色激光打印机市场品牌成长指数

图表：2011年中国黑白激光打印机市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国彩色激光打印机市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2011年中国激光打印机市场不同类型产品关注比例分布

图表：2011年中国黑白激光打印机市场主流品牌关注比例走势

图表：2011年中国彩色激光打印机市场主流品牌关注比例走势

图表：2011年中国激光打印机市场惠普、佳能、三星市售产品数量对比

图表：2011年中国激光打印机市场惠普、佳能、三星单产品关注率对比

图表：2006-2008年中国存储卡市场规模及增长率

图表：2010-2011年中国存储卡市场销售量及增长率预测

图表：2011 - 2013年中国显卡市场均价走势预测

图表：2010年度中国最受用户关注的15大台式电脑品牌排名

图表：2010年度中国最受用户关注的15大台式电脑品牌比例分布

图表：2008-2010年度中国最受用户关注的15大台式电脑品牌对比

图表：2010年Q1-Q4中国最受用户关注的15大台式电脑品牌对比

图表：2010年度中国最受用户关注的10大台式电脑产品系列排名

图表：2010年Q1-Q4联想、惠普、戴尔台式电脑品牌关注比例走势

图表：2010年度联想台式电脑品牌关注度流失状况

图表：2010年度惠普台式电脑品牌关注度流失状况

图表：2010年度戴尔台式电脑品牌关注度流失状况

图表：2010年度联想、惠普、戴尔台式电脑品牌重合度对比

图表：2010年度中国最受用户关注的10大家用台式电脑品牌排名

图表：2010年度中国最受用户关注的10大家用台式电脑品牌比例分布

图表：2010年度中国最受用户关注的10大商用台式电脑品牌排名

图表：2010年度中国最受用户关注的10大家用台式电脑品牌比例分布

图表：中国PC显示器市场规模

图表：方正集团产业架构

图表：海尔集团发展战略创新的四个阶段

图表：2008-2011年中国互联网渠道消费PC出货量

图表：2011年计算机硬件行业大事记

通过《2012-2016年中国台式机市场监测及前景预测研究报告》，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。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/199688.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。