



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2017年中国笔记本电脑市场供需预测与投资前景分析报告

## 一、调研说明

《2013-2017年中国笔记本电脑市场供需预测与投资前景分析报告》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/226767.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](mailto: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

2012年12月份，我国生产其中：笔记本电脑2571.92万台，同比下降0.41%。数据显示:2012年1-12月，全国笔记本电脑的产量达2.53亿台，同比增长9.08%。

我国笔记本电脑行业运行目前发展形势良好，该行业企业正逐步向产业化、规模化发展，随着我国笔记本电脑行业运行需求市场的不断扩大，我国笔记本电脑行业运行将会迎来一个新的发展机遇。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国笔记本电脑市场供需预测与投资前景分析报告》共十五章。首先介绍了笔记本电脑产业相关概述、中国笔记本电脑产业运行环境等，接着分析了中国笔记本电脑行业市场运行的现状，然后介绍了中国笔记本电脑市场竞争格局。随后，报告对中国笔记本电脑做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国笔记本电脑行业发展前景。您若想对笔记本电脑产业有个系统的了解或者想投资笔记本电脑行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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家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。

### 第一部分 笔记本电脑市场背景点评

#### 第一章 笔记本电脑产业相关概述

##### 第一节 笔记本电脑基础概述

###### 一、笔记本电脑优点

###### 二、笔记本电脑组成及性能

###### 三、笔记本电脑发展历程分析

###### 四、笔记本电脑的升级

##### 第二节 行业分类

###### 一、台式机替代型

###### 二、主流型

###### 三、轻薄型

###### 四、迷你型

###### 五、上网本

###### 六、平板电脑

### 第三节 行业生命周期分析

#### 一、市场容量分析

#### 二、市场需求增长分析

### 第四节 行业在国民经济中的地位

#### 一、产业分类概述

#### 二、信息产业在国民经济中的地位

## 第二章 2012-2013年世界笔记本电脑行业整体运营状况分析

### 第一节 2012-2013年世界笔记本电脑市场动态分析

#### 一、全球笔记本电脑产量分析

##### 1、华硕笔记本电脑产量统计

##### 2、惠普在美PC销量分析

#### 二、2012-2013年全球笔记本电脑的市场规模

#### 三、2012-2013年笔记本电脑配件市场规模分析

##### 1、LED笔记本电脑

##### 2、上网本的数量

##### 3、3D笔记本在全球市场分析

### 第二节 2012-2013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

### 第三节 2013-2017年世界笔记本电脑行业发展趋势分析

## 第三章 2012-2013年中国笔记本电脑产业运行环境解析

### 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、2013年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 2012-2013年中国笔记本电脑市场政策环境分析

#### 一、解读下乡电脑政策

#### 二、相关产业政策分析

#### 三、进出口政策分析

### 第三节 2012-2013年中国笔记本电脑市场技术环境分析

一、产品配置兼容的发展

二、电池配件技术的革新

### 第四节 2012-2013年中国笔记本电脑社会环境分析

一、中国人口规模及学历状况

二、电脑在中国普及应用情况

三、笔记本电脑在现代化办公中国的地位

四、笔记本电脑更新换代及居民消费观念

## 第二部分 笔记本电脑市场动态聚焦

### 第四章 2012-2013年中国笔记本电脑行业市场运行态势剖析

#### 第一节 2012-2013年中国笔记本电脑市场发展现状分析

一、笔记本已经真正到达了全民普及阶段

二、大屏幕笔记本时代尚未到来

三、联想一体笔记本电脑火热上市

#### 第二节 2012-2013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

#### 第三节 2012-2013年中国笔记本电脑发展存在问题分析

### 第五章 2010-2012年中国笔记本电脑产量数据统计分析

#### 第一节 2010-2011年中国笔记本电脑产量数据分析

一、2010-2011年笔记本电脑产量数据分析

二、2010-2011年笔记本电脑重点省市数据分析

#### 第二节 2012年中国笔记本电脑产量数据分析

一、2012年全国笔记本电脑产量数据分析

二、2012年笔记本电脑重点省市数据分析

#### 第三节 2012年中国笔记本电脑产量增长性分析

一、产量增长

二、集中度变化

## 第六章 2010-2012年中国电子计算机整机制造行业数据监测分析

### 第一节 2010-2012年中国电子计算机整机制造行业总体数据分析

- 一、2010年中国电子计算机整机制造行业全部企业数据分析
- 二、2011年中国电子计算机整机制造行业全部企业数据分析
- 三、2012年中国电子计算机整机制造行业全部企业数据分析

### 第二节 2010-2012年中国电子计算机整机制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2010年中国电子计算机整机制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2011年中国电子计算机整机制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2012年中国电子计算机整机制造行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2010-2012年中国电子计算机整机制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2010年中国电子计算机整机制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2011年中国电子计算机整机制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2012年中国电子计算机整机制造行业不同所有制企业数据分析

## 第七章 2012-2013年中国笔记本电脑业市场动态分析

### 第一节 2012-2013年中国笔记本电脑市场运行分析

- 一、中低端笔记本缺货大批经销商转投山寨本
- 二、笔记本电脑销量占电脑销量六成
- 三、杭州笔记本电脑销量猛增
- 四、中关村笔记本备战五一小长假市场动态

### 第二节 2012-2013年中国笔记本电脑价格分析

- 一、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

### 第三节 2012-2013年中国笔记本电脑技术新进展分析

- 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

## 第八章 2012-2013年中国笔记本七大区域市场透析

### 第一节 华东地区

- 一、经济状况及购买能力
- 二、华东地区对笔记本电脑的关注程度
- 三、品牌渗透情况

## 四、品牌笔记本电脑价格走势分析

### 第二节 华北地区

### 第三节 华南地区

### 第四节 东北地区

### 第五节 华中地区

### 第六节 西北地区

### 第七节 西南地区

## 第九章 2012-2013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、中国笔记本电脑渠道之：传统IT渠道特点

#### 二、笔记本电脑终端之：大型行业直销渠道

#### 三、笔记本电脑终端之：3C渠道

### 第二节 笔记本电脑企业主要代理模式分析

#### 一、代理模式分析

#### 二、代理支持分析

#### 三、代理政策的几点建议

### 第三节 2012-2013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策略分析

#### 一、笔记本电脑主要厂商产品策略情况

#### 二、价格策略

#### 三、渠道策略

## 第十章 2012-2013年中国笔记本电脑市场消费调查分析

### 第一节 消费者购买、使用笔记本电脑情况分析

#### 一、受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 购买笔记本的主要用途

### 第三节 笔记本电脑功能和需求调查

- 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

### 第三部分 笔记本电脑市场竞争力测评

#### 第十一章 2012-2013年中国笔记本电脑市场竞争格局透析

##### 第一节 2012-2013年中国笔记本电脑竞争总况

- 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 2012-2013年中国笔记本电脑市场总体竞争情况

- 一、主要竞争对手构成
- 二、市场集中度分析

##### 第三节 2013-2017年中国笔记本电脑企业提升竞争力策略分析

- 一、成本控制策略
- 二、产品选择策略
- 三、销售竞争策略
- 四、企业竞争策略
- 五、并购重组策略

#### 第十二章 2012-2013年国内外LED背光源的笔记本电脑尖端企业分析

##### 第一节 HP

- 一、生产商计划2010年笔记本产品线"无汞化"
- 二、推出多款采用LED背光源的笔记本电脑

##### 第二节 Dell公司

- 一、LED背光源笔记本产品所占比重
- 二、产品市场竞争力分析
- 三、发展规划分析

##### 第三节 宏基公司

##### 第四节 联想



## 第十三章 2012-2013年中国笔记本电脑行业标杆企业运营财务指标分析

### 第一节 联想（北京）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（厦门）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 英顺达科技有限公司

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

#### 第八节 纬新资通（昆山）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

#### 第九节 达福（上海）电脑科技有限公司

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

## 第十节 仁宝资讯工业（昆山）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

## 第四部分 笔记本电脑市场盈利与投资潜力研究

### 第十四章 2013-2017年中国笔记本电脑行业发展趋势分析

#### 第一节 2013-2017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、笔记本电脑技术呈现四大趋势
- 七、采用LED背光源的笔记本电脑将是未来行业发展的主流
- 八、超轻超薄是其主要发展方向
- 九、随着Windows7推出，触摸功能也将成为未来的一大趋势

#### 第二节 2013-2017年中国笔记本市场预测分析

- 一、预计2011年的全球3D笔记本出货量及增长情况预测
- 二、笔记本产量预测分析
- 三、笔记本市场需求情况预测分析

#### 第三节 2013-2017年中国笔记本电脑市场盈利预测分析

### 第十五章 2013-2017年我国笔记本电脑产业投资机会与风险分析

#### 第一节 2012-2013年中国笔记本电脑行业投资环境分析

- 一、中国宏观经济运行情况
- 二、中国宏观经济政策取向分析

#### 第二节 2013-2017年中国笔记本电脑行业投资周期分析

- 一、经济周期

## 二、增长性与波动性

## 三、成熟度分析

### 第三节 2013-2017年中国笔记本电脑行业投资机会分析

#### 一、投资潜力分析

#### 二、盈利水平分析

#### 三、融资方式分析

### 第四节 2013-2017年中国笔记本电脑行业投资风险分析

#### 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

通过《2013-2017年中国笔记本电脑市场供需预测与投资前景分析报告》，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/226767.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](http://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。