



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年中国笔记本电脑行业市场行情动态及投资机会报告

一、调研说明

《2013-2017年中国笔记本电脑行业市场行情动态及投资机会报告》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/227402.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

由于长三角地区土地价格、生活成本等不断上升引发普通劳动力短缺及企业综合成本上升，近两年来，惠普、宏碁、广达、英业达、富士康等计算机企业纷纷到西部的成都、重庆设立全球生产基地和研发中心。2010年底重庆、四川总计产出的笔记本电脑约占全球出货总量的3.5%左右，2011年底将达到6%，2015年将攀升到15%。

从各厂商在西部投资进度及2010年各省份月度出口数据看，2011年重庆、四川的出口量将继续攀升，在全国出口总量的比重也将逐步提高。长三角的上海、江苏地区一直是我国笔记本电脑出口的重要产地，统计显示，2008年全球笔记本电脑产量的80%以上来自这两个地区。2008年全球经济后，受东部沿海地区劳动力、土地等综合成本上升影响，以英业达、广达、惠普、宏碁、富士康等为代表的电脑厂商纷纷选择到重庆、四川等西部地区建造生产基地，并对应减少在西部沿海地区的投资和生产。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国笔记本电脑行业市场行情动态及投资机会报告》共十二章。首先介绍了中国笔记本电脑行业发展环境，接着分析了中国笔记本电脑行业规模及消费需求，然后对中国笔记本电脑行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国笔记本电脑行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国笔记本电脑行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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年世界电脑产业运行环境分析

第二节 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及增长情况

二、华硕拟笔记本电脑产量提高

三、惠普第一季度在美PC销量超过戴尔荣登榜首

第三节 2012-2013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 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

第五节 2013-2017年世界笔记本电脑行业发展趋势分析

第二章2012-2013年中国笔记本电脑行业市场运行环境解析

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、行业政策

二、相关行业政策

三、法律法规

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年中国笔记本电脑市场社会环境分析

第三章 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

第二节2012-2013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、笔记本已经真正到达了全民普及阶段

三、大屏幕笔记本时代尚未到来

第三节 2012-2013年中国笔记本电脑技术新进展

一、浅谈09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

第四节 2012-2013年中国笔记本电脑产业存在的问题分析

第四章 2008-2013年中国笔记本电脑制造行业主要数据监测分析

第一节 2007-2013年中国笔记本电脑制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2013年中国笔记本电脑制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2007-2013年中国笔记本电脑制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2007-2013年中国笔记本电脑制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2007-2013年中国笔记本电脑制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章 2008-2013年中国笔记本电脑产量统计分析

第一节 2008-2013年全国笔记本电脑产量分析

第二节 2013年全国及主要省份笔记本电脑产量分析

第三节 2013年笔记本电脑产量集中度分析

第六章 2012-2013年中国笔记本电脑业市场销售形势深度剖析

第一节 2012-2013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、四月上旬面板价持续上扬

第二节2012-2013年中国笔记本电脑需求情况分析

一、笔记本电脑销量占电脑销量六成

二、杭州笔记本电脑销量猛增

三、中关村笔记本备战五一小长假市场动态

第三节2012-2013年中国笔记本电脑价格分析

一、"上网本"拉低电脑整体售价

二、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

第七章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、中国笔记本电脑市场各终端的基本特点

二、各类笔记本电脑终端的分布格局

三、笔记本电脑市场的主要销售模式

第二节 笔记本电脑企业主要渠道模式分析

一、区域代理

二、买断品牌

三、特许经营

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情况

一、笔记本电脑渠道策略分析

二、代理商选择策略

三、渠道的本土化策略

四、品牌联合策略

第八章 2012-2013年中国笔记本电脑市场消费调查

第一节 消费者购买、使用笔记本电脑情况分析

- 一、所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 笔记本电脑的配置

- 一、品牌和价格
- 二、售后服务
- 三、笔记本电脑的产地

第三节 购买笔记本的主要用途

- 一、基本的需求（文字处理、收发邮件和下载数据）
- 二、音乐播放
- 三、DVD播放
- 四、视频聊天
- 五、图片编辑

第四节 进阶功能和需求调查

- 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

第九章 2012-2013年中国笔记本电脑市场竞争格局透析

第一节 2012-2013年中国笔记本电脑市场竞争格局

- 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年中国笔记本电脑行业竞争现状

- 一、品牌竞争分析
- 二、价格竞争分析
- 三、营销方式竞争分析

第三节 2012-2013年中国笔记本电脑行业集中度分析

- 一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第四节2013-2017年中国笔记本电脑行业竞争趋势分析

第十章 2012-2013年中国品牌笔记本电脑企业竞争性财务指标分析（企业可自选）

第一节 联想控股有限公司

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（中国）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 略……

第十一章 2013-2017年中国笔记本电脑行业发展趋势与前景展望

第一节 2013-2017年中国笔记本电脑发展前景分析

第二节 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取代台式机

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

第三节 2013-2017年中国笔记本市场预测分析

一、未来市场供给情况预测分析

二、未来市场供给需求情况预测分析

第四节 2013-2017年中国笔记本电脑市场盈利预测分析

第十二章 2013-2017年中国笔记本电脑行业投资战略研究

第一节 2013-2017年中国笔记本电脑行业投资周期分析

第二节2013-2017年中国笔记本电脑行业投资机会分析

一、投资热点分析

二、区域投资潜力分析

三、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2013-2017年中国笔记本电脑行业投资风险预警

一、市场运营机制风险

二、市场竞争风险

三、金融风险

四、进退入风险

第四节 专家组投资观点

图表目录：（部分）

图表：2008-2013年国内生产总值

图表：2008-2013年居民消费价格涨跌幅度

图表：2013年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2008-2013年年末国家外汇储备

图表：2008-2013年财政收入

图表：2008-2013年全社会固定资产投资

图表：2013年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2013年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2013年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2007-2013年中国笔记本电脑制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2007-2013年中国笔记本电脑制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2007-2013年中国笔记本电脑制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2007-2013年中国笔记本电脑制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2012-2013年中国笔记本电脑制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2012-2013年中国笔记本电脑制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2012-2013年中国笔记本电脑制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2012-2013年中国笔记本电脑制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2007-2013年中国笔记本电脑制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2007-2013年中国笔记本电脑制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2007-2013年中国笔记本电脑制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2007-2013年中国笔记本电脑制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2007-2013年中国笔记本电脑制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2007-2013年中国笔记本电脑制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2007-2013年中国笔记本电脑制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2008-2013年全国笔记本电脑产量分析

图表：2013年全国及主要省份笔记本电脑产量分析

图表：2013年笔记本电脑产量集中度分析

图表：消费者拥用笔记本的比率

图表：计划一年内购置笔记本的比率对比分析

图表：用笔记本播放高清影片的选择

图表：购买笔记本考虑的因素调查分析

图表：购买笔记本的主要用途调查分析

图表：消费者对笔记本具体功能要求对比分析

图表：消费者对笔记本电脑屏幕尺寸的要求调查分析

图表：消费者对笔记本电脑屏幕尺寸重点分布

图表：不需要独立显卡的笔记本电脑尺寸

图表：消费者对笔记本独立显卡的选择

图表：消费者对笔记本独立显卡需求情况分析

图表：消费者购买双显卡能支付的幅度

图表：消费者对笔记本处理器的选择

图表：消费者对笔记本处理器核心数目的需求

图表：消费者对笔记本电脑CPU选择

图表：消费者对笔记本电脑内存的选择

图表：消费者对笔记本电脑硬盘的选择

图表：消费者对笔记本高清影片及大容量电池的选择

图表：消费者对笔记本重量的选择

图表：消费者对笔记本读卡器的选择

图表：消费者对笔记本HDMI的选择

图表：消费者对笔记本光驱的选择

图表：消费者对笔记本电脑摄像头的选择

图表：消费者对笔记本电脑无线网卡的选择

图表：消费者对笔记本指纹识别的选择

图表：消费者对笔记本电脑正版系统的选择

图表：消费者对笔记本电脑品牌选择的选择

图表：消费者对笔记本价格的选择

图表：联想控股有限公司主要经济指标走势图

图表：联想控股有限公司经营收入走势图

图表：联想控股有限公司盈利指标走势图

图表：联想控股有限公司负债情况图

图表：联想控股有限公司负债指标走势图

图表：联想控股有限公司运营能力指标走势图

图表：联想控股有限公司成长能力指标走势图

图表：上海惠普有限公司主要经济指标走势图

图表：上海惠普有限公司经营收入走势图

图表：上海惠普有限公司盈利指标走势图

图表：上海惠普有限公司负债情况图

图表：上海惠普有限公司负债指标走势图

图表：上海惠普有限公司运营能力指标走势图

图表：上海惠普有限公司成长能力指标走势图

图表：苏州三星电子电脑有限公司主要经济指标走势图

图表：苏州三星电子电脑有限公司经营收入走势图

图表：苏州三星电子电脑有限公司盈利指标走势图

图表：苏州三星电子电脑有限公司负债情况图

图表：苏州三星电子电脑有限公司负债指标走势图

图表：苏州三星电子电脑有限公司运营能力指标走势图

图表：苏州三星电子电脑有限公司成长能力指标走势图

图表：东芝信息机器（杭州）有限公司主要经济指标走势图

图表：东芝信息机器（杭州）有限公司经营收入走势图

图表：东芝信息机器（杭州）有限公司盈利指标走势图

图表：东芝信息机器（杭州）有限公司负债情况图

图表：东芝信息机器（杭州）有限公司负债指标走势图

图表：东芝信息机器（杭州）有限公司运营能力指标走势图

图表：东芝信息机器（杭州）有限公司成长能力指标走势图

图表：戴尔（中国）有限公司主要经济指标走势图

图表：戴尔（中国）有限公司经营收入走势图
图表：戴尔（中国）有限公司盈利指标走势图
图表：戴尔（中国）有限公司负债情况图
图表：戴尔（中国）有限公司负债指标走势图
图表：戴尔（中国）有限公司运营能力指标走势图
图表：戴尔（中国）有限公司成长能力指标走势图
图表：北大方正科技有限公司主要经济指标走势图
图表：北大方正科技有限公司经营收入走势图
图表：北大方正科技有限公司盈利指标走势图
图表：北大方正科技有限公司负债情况图
图表：北大方正科技有限公司负债指标走势图
图表：北大方正科技有限公司运营能力指标走势图
图表：北大方正科技有限公司成长能力指标走势图
图表：2013-2017年中国笔记本电脑行业市场消费量预测
图表：2013-2017年中国笔记本电脑行业市场前景预测
图表：2013-2017年中国笔记本电脑行业市场价格走势预测
图表：2013-2017年中国笔记本电脑行业发展前景预测
图表：略……
更多图表见报告正文

通过《2013-2017年中国笔记本电脑行业市场行情动态及投资机会报告》，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/227402.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提供专业投资咨询报告、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。