



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国台式机市场分析预测及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国台式机市场分析预测及战略咨询报告》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/252405.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

第一部分 行业发展现状分析

第一章 台式机发展简述及产品分类 1

第一节 台式机发展简述及特点性能 1

一、台式机发展简述 1

二、台式机的特点 2

三、台式机性能指标 2

第二节 台式机产业发展概况及应用 4

一、台式机产业发展概况 4

二、台式机发展与应用 4

第二章 全球台式机行业发展分析 17

第一节 2014年全球台式机市场发展现状分析 17

一、2013年全球台式机市场分析 17

二、2014年全球台式机市场分析 18

第二节 2015-2020年全球台式机市场发展预测 21

一、2015年全球台式机市场预测 21

二、2020年全球台式机市场预测 22

第三章 台式机市场发展概况 24

第一节 国内台式机发展状况分析 24

一、我国台式机产业市场发展现状分析 24

二、国内台式机产业发展特点分析 25

第二节 2014年台式机产业市场现状分析 27

一、2014年我国台式机产业发展情况 27

二、2014年台式机市场发展分析 27

三、2014年台式机市场热点分析 28

四、2014年中国台式电脑市场结构分析 30

五、2014年中国台式电脑市场主流厂商分析 35

第三节 2014年暑期台式机市场消费行为分析 39

一、2014年度台式机市场消费者调查 39

- 二、2014年中国台式电脑市场学生消费行为调查 42
- 第四节 2013-2014年中国一体电脑市场研究年度报告 45
 - 一、2014年中国一体电脑市场概述 45
 - 二、2014年中国一体电脑市场结构分析 46
 - 三、2014年中国一体电脑市场主流厂商分析 50
 - 四、2015-2020年中国一体电脑市场趋势预测 53

第二部分 主要配件市场分析

第四章 台式机主要配件市场分析 55

第一节 2014年中国硬件市场品牌调查分析 55

- 一、CPU 55
- 二、内存 63
- 三、硬盘 73
- 四、主板 82
- 五、显卡 100
- 六、光驱 114
- 七、机箱 124
- 八、电源 134
- 九、散热器 145

第二节 2014年中国计算机外设市场品牌调查分析 156

- 一、液晶显示器 156
- 二、CRT显示器 168
- 三、音箱 171
- 四、键盘 鼠标 182

第三节 2014年硬盘市场分析 210

- 一、硬盘出货量分析 210
- 二、移动硬盘市场增长情况 212
- 三、企业级SSD市场缺乏标准 216
- 四、2014年固态硬盘出货量将快速成长 217
- 五、2011-2014年中国硬盘市场趋势预测 219

第四节 2014年计算机主板市场分析 222

- 一、2014年计算机主板市场发展概述 222
- 二、2014年主板市场竞争格局研究 222
- 三、2011-2014年中国主板市场趋势预测 222
- 第五节 2014年计算机内存市场分析 224
 - 一、2014年内存整体市场分析 224
 - 二、DDR内存市场分析 225
 - 三、2014年内存市场态势五大预测 228
 - 四、2011-2014年中国内存市场趋势预测 229
- 第六节 2014年计算机微处理器（CPU）市场分析 232
 - 一、CPU市场竞争概况 232
 - 二、CPU出货分析 235
 - 三、英特尔处理器产品近期价格趋向 236
 - 四、国产CPU（龙芯）的前景 237
 - 五、2011-2014年中国CPU市场趋势预测 240
- 第七节 2014年显示器市场分析 242
 - 一、全球液晶显示器销售与供应分析 242
 - 二、2014年中国显示器市场分析 243
 - 三、2014年中国液晶显示器市场分析 251
 - 四、2012-2014年中国显示器产量分析 253
 - 五、显示器市场未来的发展趋势预测 262
 - 六、2011-2014年中国液晶显示器市场趋势预测 265
- 第八节 2014年其他组件市场分析 268
 - 一、2014年音箱市场分析 268
 - 二、2014年中国激光打印机市场分析 274
 - 三、2014年中国光存储市场综述 287
 - 四、2014年中国存储卡市场分析 288
 - 五、显卡市场现状分析 291
 - （一）整合产品有待提升 显卡将保持高速发展 291
 - （二）2011-2014年中国显卡市场趋势预测 293

第三部分 市场营销分析

第五章 台式机市场的销售渠道分析 295

第一节 国内PC销售渠道回顾 295

- 一、戴尔直销模式中国失灵 295
- 二、长城电脑销售渠道的变更 297
- 三、联想营销渠道的变革 298
- 四、国内PC销售主流方式 305

第二节 台式机产品渠道趋势分析 306

第三节 台式机产品的渠道新举措 314

- 一、台式机营销新模式 314
- 二、商用PC渠道分析 315
- 三、2014年联想惠普领头：商用PC产品渠道双线博弈 316
- 四、PC销售渠道之变：上网开店 317

第四节 台式机产品销售市场问题分析 319

- 一、国内低价PC遭遇市场尴尬 319
- 二、戴尔直销模式遭遇严峻挑战 320
- 三、电脑城渠道将被边缘化 321

第六章 台式机行业营销策略分析 322

第一节 主要电脑品牌营销策略分析 322

- 一、联想客户营销策略 322
- 二、惠普的营销策略 323
- 三、戴尔改变销售政策 325
- 四、苹果PC营销策略 327
- 五、海尔电脑渠道策略 329

第二节 服务器营销策略分析 331

- 一、联想服务器营销战略 331
- 二、HP服务器中国大陆市场策略简析 332
- 三、长城服务器渠道策略 334

第三节 惠普营销分析 335

- 一、惠普中国市场营销模式 335
- 二、HP服务器市场及战略 339

第四部分 竞争格局分析

第七章 台式机市场的竞争格局分析 343

第一节 台式机市场整体竞争格局 343

一、台式机竞争格局分析 343

二、国产PC品牌市场份额分析 344

第二节 台式机市场竞争状况 355

一、2014年台式机行业的营销竞争 355

二、台式机市场竞争将加剧 357

第三节 品牌PC竞争状况 358

一、品牌PC竞争趋势 358

二、2014年联想全球PC市场占有率首超10% 359

三、本土PC品牌竞争力缺失 359

第四节 台式机外设及配件市场竞争格局 363

一、国内显示器市场竞争概况 363

二、主板芯片组市场竞争状况 365

三、2014年光驱市场竞争格局分析 366

第八章 国内外行业领先企业分析 367

第一节 DELL公司 367

一、企业简介 367

二、市场动态 369

三、经营业绩 371

四、公司战略 372

第二节 惠普公司 376

一、企业简介 376

二、市场动态 376

三、经营业绩 378

四、公司战略 381

第三节 联想集团 381

一、企业简介 381

二、市场动态 384

三、经营业绩 386

四、公司战略 388

第四节 宏基 390

一、企业简介 390

二、市场动态 390

三、经营业绩 395

四、公司战略 396

第五节 方正公司 400

一、企业简介 400

二、市场动态 401

三、2014年方正告别PC 401

四、公司战略 406

第六节 同方股份 408

一、企业简介 408

二、市场动态 409

三、经营业绩 412

四、公司战略 413

第七节 长城计算机公司 415

一、企业简介 415

二、市场动态 415

三、经营业绩 417

四、公司战略 417

第八节 海尔集团 420

一、企业简介 420

二、市场动态 423

三、经营业绩 425

四、公司战略 426

第五部分 发展趋势及策略

第九章 2015-2020年台式机行业发展趋势预测 432

第一节 2015-2020年台式机市场发展趋势 432

一、2015-2020年台式机市场发展有利因素 432

二、2015-2020年台式机发展不利因素 432

三、2015-2020年台式机市场结构预测 433

第二节 2015-2020年台式机市场发展前景预测	433
一、PC市场发展前景预测	433
二、PC市场主要增长点预测	436
三、安全PC市场前景分析	440
四、“十三五规划”对中国商用PC市场的影响	441
第三节 2015-2020年台式机外设及配件市场发展前景预测	442
一、未来五年投影机市场增长预测	442
二、彩色激光打印机市场前景预测	444
三、键盘鼠标市场分析预测	446
四、PC媒体服务器市场预测	447
六、芯片组市场发展前景预测	447
第十章 2015-2020年台式机行业发展策略分析	449
第一节 台式机营销模式分析	449
一、专注产品应用的营销策略	449
二、多元化的事件营销策略	449
三、跨行业的品牌联合营销策略	449
四、国际PC厂商在新兴市场的营销策略	450
第二节 台式机行业发展策略	451
一、应用创新将引领电脑行业发展	451
二、电脑下乡发展策略	454
三、PC企业融合营销模式	456
四、品牌电脑的定位分析与适用范围	458
五、PC企业促销策略研究	461
第十一章 2015-2020年台式机行业投资策略分析	466
第一节 2015-2020年台式机投资策略分析	466
一、全球硬件行业状况	466
二、国内硬件行业现状	467
三、上市公司运行状况分析	467
四、行业未来总体判断及关注热点	468
五、行业投资策略分析	469

第二节 2015-2020年台式机行业投资分析 469

一、2015-2020年台式机行业增长稳定 469

二、2015-2020年台式机行业投资机会分析 470

三、2015-2020年台式机产业投资策略 472

图表目录：

图表：2006-2014年全球PC出货量及增长率 17

图表：2014年三季度四大厂商PC出货量 18

图表：2014年三季度全球PC厂商出货及市场份额 19

图表：2014年中国台式电脑市场品牌关注比例分布 31

图表：2012 - 2014年中国台式电脑市场品牌关注比例对比 31

图表：2014年Q1 - Q3中国台式电脑市场品牌关注排名对比 32

图表：2014年中国台式电脑市场品牌成长指数对比 33

图表：2014年中国台式电脑市场不同价格段产品关注比例分布 34

图表：2014年中国台式电脑市场不同类型产品关注比例分布 35

图表：2014年中国台式电脑市场联想、戴尔、惠普品牌关注比例走势 36

图表：2014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 37

图表：2014年中国台式电脑市场主流品牌市售产品数量对比 38

图表：2014年中国台式电脑市场主流品牌单产品关注率对比 39

图表：台式购买普及率 40

图表：购买考虑因素 40

图表：台式机的购买价位 41

图表：台式机购买场所 42

图表：2014年新学期影响参与调查的学生消费者选择台式机的原因 43

图表：2014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 44

图表：2014年新学期参与调查的学生消费者选择DIY攒机的原因 44

图表：2014年中国一体电脑市场品牌关注比例分布 47

图表：2012 - 2014年中国一体电脑市场品牌关注比例对比 47

图表：2014年Q1 - Q3中国一体电脑市场品牌关注排名对比 48

图表：2014年中国一体电脑市场不同价格段产品关注比例分布 49

图表：2014年中国一体电脑市场不同类型产品关注比例分布 50

图表：2014年中国一体电脑市场联想、苹果、惠普品牌关注比例走势 51

图表：2014年中国一体电脑市场联想、苹果、惠普市售产品数量对比 52

图表：2014年中国一体电脑市场联想、苹果、惠普单产品关注率对比 53

图表：2014年中国CPU市场品牌关注比例分布 57

图表：2012 - 2014年中国CPU市场品牌关注比例对比 57

图表：2014年Q1 - Q3中国CPU市场品牌关注排名对比 58

图表：2014年中国CPU市场不同价格段产品关注比例分布 58

图表：2014年中国CPU市场不同制作工艺产品关注比例分布 59

图表：2014年中国CPU市场不同区域关注比例分布 60

图表：2014年中国CPU市场主流品牌关注比例走势 61

图表：2014年中国CPU市场Intel、AMD市售产品数量对比 62

图表：2014年中国CPU市场Intel、AMD单产品关注率对比 63

图表：2014年中国内存市场品牌关注比例分布 65

图表：2012 - 2014年中国内存市场品牌关注比例对比 65

图表：2014年Q1 - Q3中国内存市场品牌关注排名对比 66

图表：2014年中国内存市场品牌成长指数对比 67

图表：2014年中国内存市场不同价格段产品关注比例分布 68

图表：2014年中国内存市场不同容量产品关注比例分布 69

图表：2014年中国内存市场不同区域关注比例分布 70

图表：2014年中国内存市场主流品牌关注比例走势 71

图表：2014年中国内存市场金士顿、威刚、宇瞻市售产品数量对比 72

图表：2014年中国内存市场金士顿、威刚、宇瞻单产品关注率对比 73

图表：2014年中国硬盘市场品牌关注比例分布 75

图表：2012 - 2014年中国硬盘市场品牌关注比例对比 75

图表：2014年Q1 - Q3中国硬盘市场品牌关注排名对比 76

图表：2014年中国硬盘市场不同价格段产品关注比例分布 77

图表：2014年中国硬盘市场不同容量产品关注比例分布 78

图表：2014年中国硬盘市场不同区域关注比例分布 79

图表：2014年中国硬盘市场主流品牌关注比例走势 80

图表：2014年中国硬盘市场希捷、西部数据、日上市售产品数量对比 81

图表：2014年中国硬盘市场希捷、西部数据、日立单产品关注率对比 82

图表：2014年中国主板市场品牌关注比例分布 84

图表：2012 - 2014年中国主板市场品牌关注比例对比 84

图表：2014年中国整合主板市场品牌关注比例分布 86

图表：2012 - 2014年中国整合主板市场品牌关注比例对比 86

图表：2014年中国非整合主板市场品牌关注比例分布 87

图表：2012 - 2014年中国非整合主板市场品牌关注比例对比 88

图表：2014年中国Intel平台主板市场品牌关注比例分布 89

图表：2012 - 2014年中国Intel平台主板市场品牌关注比例对比 89

图表：2014年中国AMD平台主板市场品牌关注比例分布 90

图表：2012 - 2014年中国AMD平台主板市场品牌关注比例对比 91

图表：2014年Q1 - Q3中国主板市场品牌关注排名对比 91

图表：2014年中国主板市场品牌成长指数对比 92

图表：2014年中国主板市场不同价格段产品关注比例分布 93

图表：2014年中国主板市场不同集成类型产品关注比例分布 94

图表：2014年中国主板市场不同主芯片组产品关注比例分布 95

图表：2014年中国主板市场不同区域关注比例分布 96

图表：2014年中国主板市场不同省份关注比例分布 97

图表：2014年中国主板市场主流品牌关注比例走势 98

图表：2014年中国主板市场华硕、技嘉、微星市售产品数量对比 99

图表：2014年中国主板市场华硕、技嘉、微星单产品关注率对比 100

图表：2014年中国显卡市场品牌关注比例分布 102

图表：2012 - 2014年中国显卡市场品牌关注比例对比 102

图表：2014年中国NVIDIA显卡市场品牌关注比例分布 104

图表：2012 - 2014年中国NVIDIA显卡市场品牌关注比例对比 104

图表：2014年中国AMD显卡市场品牌关注比例分布 105

图表：2012 - 2014年中国AMD显卡市场品牌关注比例对比 106

图表：2014年Q1 - Q2中国显卡市场品牌关注排名对比 106

图表：2014年中国显卡市场品牌成长指数对比 107

图表：2014年中国显卡市场不同价格段产品关注比例分布 108

图表：2014年中国显卡市场不同芯片厂商产品关注比例分布 109

图表：2014年中国显卡市场不同区域关注比例分布 110

图表：2014年中国显卡市场不同省份关注比例分布 111

图表：2014年中国显卡市场主流品牌关注比例走势 112

图表：2014年中国显卡市场七彩虹、影驰、索泰市售产品数量对比 113

图表：2014年中国显卡市场七彩虹、影驰、索泰单产品关注率对比 114

图表：2014年中国光驱市场品牌关注比例分布 116

图表：2012 - 2014年中国光驱市场品牌关注比例对比 117

图表：2014年Q1 - Q3中国光驱市场品牌关注排名对比 118

图表：2014年中国光驱市场不同价格段产品关注比例分布 119

图表：2014年中国光驱市场不同不同安装方式产品关注比例分布 120

图表：2014年中国光驱市场不同区域关注比例分布 121

图表：2014年中国电源市场不同省份关注比例分布 121

图表：2014年中国光驱市场主流品牌关注比例走势 122

图表：2014年中国光驱市场先锋、三星、华硕、LG市售产品数量对比 123

图表：2014年中国光驱市场先锋、三星、华硕、LG单款产品关注率对比 124

图表：2014年中国机箱市场品牌关注比例分布 126

图表：2012 - 2014年中国机箱市场品牌关注比例对比 127

图表：2014年Q1 - Q3中国机箱市场品牌关注排名对比 128

图表：2014年中国机箱市场不同价格段产品关注比例分布 129

图表：2014年中国机箱市场不同机箱样式产品关注比例分布 130

图表：2014年中国机箱市场不同区域关注比例分布 131

图表：2014年中国机箱市场不同省份关注比例分布 131

图表：2014年中国机箱市场主流品牌关注比例走势 132

图表：2014年中国机箱市场酷冷至尊、动力火车市售产品数量对比 133

图表：2014年中国机箱市场酷冷至尊、动力火车单款产品关注率对比 134

图表：2014年中国电源市场品牌关注比例分布 136

图表：2012 - 2014年中国电源市场品牌关注比例对比 137

图表：2014年Q1 - Q3中国电源市场品牌关注排名对比 138

图表：2014年中国电源市场不同价格段产品关注比例分布 139

图表：2014年中国电源市场不同电源类型产品关注比例分布 140

图表：2014年中国电源市场不同区域关注比例分布 141

图表：2014年中国电源市场不同省份关注比例分布 142

图表：2014年中国电源市场主流品牌关注比例走势 143

图表：2014年中国电源市场航嘉、长城市售产品数量对比 144

图表：2014年中国电源市场航嘉、长城单款产品关注率对比 145

图表：2014年中国散热器市场品牌关注比例分布 147

图表：2012 - 2014年中国散热器市场品牌关注比例对比 148

图表：2014年Q1 - Q3中国散热器市场品牌关注排名对比 149

图表：2014年中国散热器市场不同价格段产品关注比例分布 150

图表：2014年中国散热器市场不同散热方式产品关注比例分布 151

图表：2014年中国散热器市场不同区域关注比例分布 152

图表：2014年中国散热器市场不同省份关注比例分布 153

图表：2014年中国散热器市场主流品牌关注比例走势 154

图表：2014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 155

图表：2014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 156

图表：2014年中国液晶显示器市场品牌关注比例分布 158

图表：2012 - 2014年中国液晶显示器市场品牌关注比例对比 159

图表：2014年中国LED液晶显示器市场品牌关注比例分布 160

图表：2014年Q1 - Q3中国液晶显示器市场品牌关注排名对比 160

图表：2014年中国液晶显示器市场品牌成长指数对比 161

图表：2014年中国液晶显示器市场不同价格段产品关注比例分布 162

图表：2014年中国液晶显示器市场不同屏幕尺寸产品关注比例分布 163

图表：2014年中国液晶显示器市场不同区域关注比例分布 164

图表：2014年中国液晶显示器市场不同省份关注比例分布 165

图表：2014年中国液晶显示器市场主流品牌关注比例走势 166

图表：2014年中国液晶显示器市场三星、LG、AOC市售产品数量对比 167

图表：2014年中国液晶显示器市场三星、LG、AOC单产品关注率对比 168

图表：游戏用户喜欢用什么类型液晶的调查图 170

图表：2014年中国音箱市场品牌关注比例分布 173

图表：2012 - 2014年中国音箱市场品牌关注比例对比 173

图表：2014年Q1 - Q3中国音箱市场品牌关注排名对比 174

图表：2014年中国音箱市场品牌成长指数对比 175

图表：2014年中国音箱市场不同价格段产品关注比例分布 176

图表：2014年中国音箱市场不同类型产品关注比例分布 177

图表：2014年中国音箱市场不同区域关注比例分布 178

图表：2014年中国音箱市场不同省份关注比例分布 179

图表：2014年中国音箱市场主流品牌关注比例走势 180

图表：2014年中国音箱市场主流品牌市售产品数量对比 181

图表：2014年中国音箱市场主流品牌单产品关注率对比 182

图表：2014年中国键盘市场品牌关注比例分布 184

图表：2014年中国鼠标市场品牌关注比例分布 185

图表：2014年中国键鼠套装市场品牌关注比例分布 186

图表：2014年Q1 - Q3中国键盘市场品牌关注排名对比 186

图表：2014年Q1 - Q3中国鼠标市场品牌关注排名对比 187

图表：2014年Q1 - Q3中国键鼠套装市场品牌关注排名对比 188

图表：2014年中国键盘市场品牌关注比例变动对比 189

图表：2014年中国鼠标市场品牌关注比例变动对比 190

图表：2014年中国键鼠套装市场品牌关注比例变动对比 191

图表：2014年中国键盘市场不同价格段产品关注比例分布 192

图表：2014年中国鼠标市场不同价格段产品关注比例分布 193

图表：2014年中国键鼠套装市场不同价格段产品关注比例分布 194

图表：2014年中国键盘市场不同连接方式产品关注比例分布 195

图表：2014年中国鼠标市场不同连接方式产品关注比例分布 196

图表：2014年中国键鼠套装市场不同连接方式产品关注比例分布 197

图表：2014年中国键盘市场不同区域关注比例分布 198

图表：2014年中国键盘市场不同省份关注比例分布 198

图表：2014年中国鼠标市场不同区域关注比例分布 199

图表：2014年中国鼠标市场不同省份关注比例分布 200

图表：2014年中国键鼠套装市场不同区域关注比例分布 201

图表：2014年中国键鼠套装市场不同省份关注比例分布 201

图表：2014年中国键盘市场主流品牌关注比例走势 202

图表：2014年中国鼠标市场主流品牌关注比例走势 203

图表：2014年中国键鼠套装市场主流品牌关注比例走势 204

图表：2014年中国键盘市场罗技、雷柏、双飞燕市售产品数量对比 205

图表：2014年中国键盘市场罗技、雷柏、双飞燕单款产品关注率对比 206

图表：2014年中国鼠标市场罗技、雷柏、雷蛇市售产品数量对比 207

图表：2014年中国鼠标市场罗技、雷柏、雷蛇单款产品关注率对比 208

图表：2014年中国键鼠套装市场罗技、雷柏、双飞燕市售产品数量对比 209

图表：2014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 210

图表：2013年全球主要厂商硬盘出货量 211

图表：2007-2013年中国闪存盘市场规模及增长率 212

图表：2007-2013年中国移动硬盘市场规模 212

图表：2007-2013年中国存储卡市场规模 213

图表：2011-2015年中国闪存盘市场销售情况预测 215

图表：2011-2015年中国移动硬盘市场销售情况预测 215

图表：2011-2015年中国存储卡市场销售情况预测 215

图表：世界固态硬盘市场规模预测 217

图表：2011 - 2014年中国硬盘市场主流品牌关注比例走势预测 220

图表：2011 - 2014年中国硬盘市场均价走势预测 221

图表：2011 - 2014年中国主板市场均价走势预测 224

图表：2014年9月不同价格内存市场人气分布 225

图表：2014年9月不同类型内存市场人气对比 226

图表：2014年9月不同容量内存市场人气对比 227

图表：2014年9月内存市场人气对比(按产品适用类型分) 227

图表：2011 - 2014年中国内存市场主流品牌关注比例走势预测 231

图表：2011 - 2014年中国内存市场均价走势预测 232

图表：1999-2014年全球储存卡及CPU出货量 235

图表：2011 - 2014年中国CPU市场均价走势预测 241

图表：2014年11月大陆显示器市场品牌出货量排名 243

图表：2014年全年大陆显示器市场品牌出货量 243

图表：2014年全年全球显示器市场品牌出货量 244

图表：两者背光源对比 246

图表：2014年全年大陆显示器市场品牌出货量任务对比表 248

图表：2013年显示器产量全国合计 253

图表：2013年显示器产量北京市合计 254

图表：2013年显示器产量天津市合计 254

图表：2013年显示器产量上海市合计 255

图表：2013年显示器产量江苏省合计 255

图表：2013年显示器产量浙江省合计 255

图表：2013年显示器产量安徽省合计 256

图表：2013年显示器产量福建省合计 256

图表：2013年显示器产量山东省合计 257

图表：2013年显示器产量湖北省合计 257

图表：2013年显示器产量湖南省合计 257

图表：2013年显示器产量广东省合计 258

图表：2013年显示器产量陕西省合计 258

图表：2014年显示器产量全国合计 259

图表：2014年显示器产量北京市合计 259

图表：2014年显示器产量天津市合计 259

图表：2014年显示器产量上海市合计 259

图表：2014年显示器产量江苏省合计 260

图表：2014年显示器产量浙江省合计 260

图表：2014年显示器产量安徽省合计 260

图表：2014年显示器产量福建省合计 261

图表：2014年显示器产量山东省合计 261

图表：2014年显示器产量湖北省合计 261

图表：2014年显示器产量湖南省合计 262

图表：2014年显示器产量广东省合计 262

图表：2014年显示器产量广西区合计 262

图表：2011 - 2014年中国液晶显示器市场品牌关注比例走势预测 267

图表：2011 - 2014年中国液晶显示器市场均价走势预测 268

图表：2014年中国黑白激光打印机市场品牌关注比例分布 276

图表：2014年中国彩色激光打印机市场品牌关注比例分布 277

图表：2012 - 2014年中国彩色激光打印机市场品牌关注比例对比 277

图表：2014年Q1 - Q3中国黑白激光打印机市场品牌关注排名对比 278

图表：2014年Q1 - Q3中国彩色激光打印机市场品牌关注排名对比 279

图表：2014年中国黑白激光打印机市场品牌成长指数 279

图表：2014年中国彩色激光打印机市场品牌成长指数 280

图表：2014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 281

图表：2014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 282

图表：2014年中国激光打印机市场不同类型产品关注比例分布 283

图表：2014年中国黑白激光打印机市场主流品牌关注比例走势 284

图表：2014年中国彩色激光打印机市场主流品牌关注比例走势 285

图表：2014年中国激光打印机市场惠普、佳能、三星市售产品数量对比 286

图表：2014年中国激光打印机市场惠普、佳能、三星单产品关注率对比 287

图表：2006-2014年中国存储卡市场规模及增长率 289

图表：2012-2014年中国存储卡市场销售量及增长率预测 291

图表：2011 - 2014年中国显卡市场均价走势预测 294

图表：2013年度中国最受用户关注的15大台式电脑品牌排名 345

图表：2013年度中国最受用户关注的15大台式电脑品牌比例分布 345

图表：2008-2013年度中国最受用户关注的15大台式电脑品牌对比 346

图表：2013年Q1-Q4中国最受用户关注的15大台式电脑品牌对比 346

图表：2013年度中国最受用户关注的10大台式电脑产品系列排名 347

图表：2013年Q1-Q4联想、惠普、戴尔台式电脑品牌关注比例走势 348

图表：2013年度联想台式电脑品牌关注度流失状况 349

图表：2013年度惠普台式电脑品牌关注度流失状况 350

图表：2013年度戴尔台式电脑品牌关注度流失状况 351

图表：2013年度联想、惠普、戴尔台式电脑品牌重合度对比 352

图表：2013年度中国最受用户关注的10大家用台式电脑品牌排名 353

图表：2013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 353

图表：2013年度中国最受用户关注的10大商用台式电脑品牌排名 354

图表：2013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 355

图表：中国PC显示器市场规模 365

图表：方正集团产业架构 404

图表：海尔集团发展战略创新的四个阶段 421

图表：2008-2014年中国互联网渠道消费PC出货量 452

图表：2014年计算机硬件行业大事记 466

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/252405.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。