



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国笔记本电脑市场 调查与投资预测分析报告

一、调研说明

《2009-2012年中国笔记本电脑市场调查与投资预测分析报告》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/97394.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

第一章 2008-2009年世界笔记本电脑行业整体运营状况

第一节 2008-2009年世界电脑产业运行环境

第二节 世界笔记本电脑市场动态

- 一、2009年一季度全球笔记本电脑产量增长35%
- 二、华硕拟明年将笔记本电脑产量提高77%
- 三、惠普2009年第一季度在美PC销量超过戴尔荣登榜首

第三节 2008-2009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
- 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 2008-2009年世界主要国家运行笔记本电脑

- 一、美国
- 二、日本
- 三、韩国

第五节 2009-2012年世界笔记本电脑行业发展趋势

第二章 2008-2009年中国笔记本电脑行业市场运行环境解析

第一节 2008-2009年中国宏观经济经济环境

- 一、扩大内需保增长政策解析
- 二、中国GDP
- 三、中国CPI指数
- 四、中国城镇居民家庭人均可支配收入

第二节 2008-2009年中国笔记本电脑市场政策环境

- 一、行业政策
- 二、相关行业政策
- 三、法律法规

第三节 2008-2009年中国笔记本电脑市场技术环境

- 一、产品配置兼容的发展
- 二、电池配件技术的革新

第四节 2008-2009年中国笔记本电脑市场社会环境

第三章 2008-2009年中国笔记本电脑行业市场运行态势剖析

第一节 2008-2009年中国笔记本电脑行业动态

- 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 2008-2009年中国笔记本电脑市场发展现状

- 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 2008-2009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 2008-2009年中国笔记本电脑产业存在的问题

第四章 2008-2009年中国笔记本电脑业内热点产品运营态势

第一节 2008-2009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 2008-2009年中国笔记本电脑市场供给情况

- 一、2007年全球笔记本电脑产量突破9000万
- 二、2008年中国笔记本电脑产量
- 三、2007-2008年中国笔记本电脑增长性
- 三、中低端笔记本缺货大批经销商转投山寨本

第三节 2008-2009年中国笔记本电脑需求情况

- 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

第四节 2008-2009年中国笔记本电脑价格

- 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

三、影响市场价格的因素

第五章 2008-2009年中国笔记本电脑市场销售渠道及策略

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

一、区域代理

二、买断品牌

三、特许经营

第三节 2008-2009年中国笔记本电脑市场销售

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

二、代理商选择策略

三、渠道的本土化策略

四、品牌联合策略

第六章 2008-2009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

一、消费者拥有笔记本电脑的比率

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

第三节 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

第七章 2008-2009年中国笔记本电脑市场竞争格局透析

第一节 2008-2009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 2008-2009年中国笔记本电脑行业竞争现状

一、品牌竞争

二、价格竞争

三、营销方式竞争

第三节 2008-2009年中国笔记本电脑行业集中度

一、市场集中度

二、区域集中度

第四节 2009-2012年中国笔记本电脑行业竞争趋势

第八章 2008-2009年中国笔记本电脑优势企业简介

第一节 联想控股有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第二节 上海惠普有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第三节 苏州三星电子电脑有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第四节 东芝信息机器（杭州）有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第五节 戴尔（中国）有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第六节 北大方正科技有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第九章 2009-2012年中国笔记本电脑行业发展趋势与前景展望

第一节 2009-2012年中国笔记本电脑发展前景

第二节 2009-2012年中国笔记本电脑行业发展趋势

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

第三节 2009-2012年中国笔记本市场预测

一、未来市场供给情况预测

二、未来市场供给需求情况预测

第四节 2009-2012年中国笔记本电脑市场盈利预测

第十章 2009-2012年中国笔记本电脑行业投资机会与风险规避指引

第一节 2009-2012年中国笔记本电脑行业投资周期

第二节 2009-2012年中国笔记本电脑行业投资机会

一、投资热点

二、区域投资潜力

三、与产业链相关的投资机会

第三节 2009-2012年中国笔记本电脑行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、市场运营机制风险

第四节 2009-2012年中国笔记本电脑行业投资规划指引

图表目录：

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

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

图表：购买笔记本的主要用途调查

图表：消费者对笔记本具体功能要求对比

图表：消费者对笔记本电脑屏幕尺寸的要求调查

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

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品的选择

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的选择

图表：联想控股有限公司销售收入情况

图表：联想控股有限公司盈利指标情况

图表：联想控股有限公司盈利能力情况

图表：联想控股有限公司资产运行指标状况

图表：联想控股有限公司资产负债能力指标

图表：联想控股有限公司成本费用构成情况

图表：上海惠普有限公司销售收入情况

图表：上海惠普有限公司盈利指标情况

图表：上海惠普有限公司盈利能力情况

图表：上海惠普有限公司资产运行指标状况

图表：上海惠普有限公司资产负债能力指标

图表：上海惠普有限公司成本费用构成情况

图表：苏州三星电子电脑有限公司销售收入情况

图表：苏州三星电子电脑有限公司盈利指标情况

图表：苏州三星电子电脑有限公司盈利能力情况

图表：苏州三星电子电脑有限公司资产运行指标状况

图表：苏州三星电子电脑有限公司资产负债能力指标
图表：苏州三星电子电脑有限公司成本费用构成情况
图表：东芝信息机器（杭州）有限公司销售收入情况
图表：东芝信息机器（杭州）有限公司盈利指标情况
图表：东芝信息机器（杭州）有限公司盈利能力情况
图表：东芝信息机器（杭州）有限公司资产运行指标状况
图表：东芝信息机器（杭州）有限公司资产负债能力指标
图表：东芝信息机器（杭州）有限公司成本费用构成情况
图表：戴尔（中国）有限公司销售收入情况
图表：戴尔（中国）有限公司盈利指标情况
图表：戴尔（中国）有限公司盈利能力情况
图表：戴尔（中国）有限公司资产运行指标状况
图表：戴尔（中国）有限公司资产负债能力指标
图表：戴尔（中国）有限公司成本费用构成情况
图表：北大方正科技有限公司销售收入情况
图表：北大方正科技有限公司盈利指标情况
图表：北大方正科技有限公司盈利能力情况
图表：北大方正科技有限公司资产运行指标状况
图表：北大方正科技有限公司资产负债能力指标
图表：北大方正科技有限公司成本费用构成情况
图表：2009-2012年中国笔记本电脑行业市场消费量预测
图表：2009-2012年中国笔记本电脑行业市场前景预测
图表：2009-2012年中国笔记本电脑行业市场价格走势预测
图表：2009-2012年中国笔记本电脑行业发展前景预测
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/97394.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。