

2014-2019年中国一体电脑 (AIO) 品牌市场调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2019年中国一体电脑（AIO）品牌市场调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201403/102634.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

随着主机尺寸的缩小，电脑厂商开始把主机集成到显示器中，从而形成一体电脑（all-in-one），缩写为AIO。AIO相较传统台式机有着连线少、体积小的优势，集成度更高，价格也并无明显变化，可塑造则更强，厂商可以设计出极具个性的产品。AIO可以说是与笔记本和传统台式机并列的一条新兴产品线。

一体电脑的鼻祖当属苹果iMac，随着时代、科技与市场的发展，越来越多的厂商开始涉足这一领域。一体电脑在外观上突破了传统电脑那种笨重的形象，同时设计上更加时尚，无论一体电脑如何发展，相信当下已经吸引了无数用户的眼球。

作为国内PC龙头企业，联想对于产品规划是人们所关注的，一体电脑会做全平台、全尺寸、全价格段产品线。全平台的意思就是既要有笔记本、台式机平台的产品，还要有混合平台的产品，既要有Intel平台的产品，也有AMD平台的产品。全尺寸就是指显示器尺寸，比如说家庭最适合的是18.5，全平台应该发展到23、24英寸，这个在一年内都可能做到，比如说还有更大26英寸一体电脑。全价格段从三千块钱到一万块钱全部覆盖。

作为一个新的产品形态，一体电脑让人们产生了更多新鲜感。在产品属性上也更多体现这一点，一体电脑也可以兼顾笔记本行业的发展趋势，也可以利于过去台式电脑已有的优势，它既可以用笔记本的平台，还可以用台式机的平台，甚至可以用两者混合的平台，比如说笔记本未来的发展完全可以被一体电脑移植过来，但台式机的硬盘会比笔记本快，一体电脑可以兼容并蓄，把体积设计的非常薄、体积小可以采用笔记本的平台，既可以享受笔记本的成本下降，同时屏幕也可以设计得很大，而在笔记本瓶颈方面硬盘可以用台式机产品。

【 目录 】

第一部分 一体电脑市场运营背景点评

第一章 一体电脑相关概述

第一节 电脑的发展及应用

第二节 一体电脑

一、一体电脑基本组成

二、一体电脑特点

三、一体电脑配置

第三节 其它各型电脑

一、笔记本电脑（便携电脑、手提电脑）

二、掌上电脑

三、超级计算机(巨型计算机)

四、台式电脑

五、光子计算机

六、黑洞计算机

七、生物计算机

八、DNA计算机

九、纳米计算机

十、AI（人工智能）

第二章 2012年全球电脑产业整体运行态势分析

第一节 2012年全球电脑市场运行总况

一、全球PC格局大洗牌

二、全球电脑市场规模分析

三、全球电脑市场品牌分析

第二节 2012年全球电脑市场监测

一、全球电脑销量

1、台式机

2、笔记本

二、全球电脑品牌销量排行

三、全球电脑价格分析

第三节 2014-2019年全球电脑市场前景预测

第三章 2012年中国电脑产业运行新形势分析

第一节 2012年中国电脑产业动态聚焦

一、第二届国际(北京)平板电脑产业峰会

二、中国电脑普及应用情况

第二节 2012年中国电脑产业发展总况

一、中国计算机制造业经济指标分析

二、全球化背景下中国电脑市场格局分布

三、中国电脑市场需求回暖

四、2011-2012年中国电脑产量统计分析

1、微型计算机

2、笔记本电脑

第三节2012年中国电脑产业市场走势分析

一、中国电脑市场规模及容量分析

二、电脑市场需求消费结构分析

1、笔记本

2、台式机

三、中国电脑价格走势分析

1、品牌机价格

2、杂牌机价格

第四节 2012年中国一体电脑销售情况

一、中国一体电脑销量及市场占有率分析

二、中国一体电脑市场预测

第五节 2012年中国电脑产业发展中存在的问题

第四章 2012年中国笔记本电脑产业运行环境解析

第一节 2012年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、财政收支状况（年度更新）

八、社会消费品零售总额

九、对外贸易&进出口

第二节2012年中国一体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年中国一体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年中国一体电脑社会环境分析

- 一、中国人口规模及学历状况
- 二、电脑更新换代速度
- 三、电脑在现代化办公中国的地位
- 四、居民消费观念

第二部分 一体电脑市场动态聚焦

第五章 2012年中国一体电脑市场运营态势

第一节 2012年中国一体电脑市场总况

- 一、一体电脑外观与设计
- 二、一体电脑三全产品线分析（全平台、全尺寸、全价格段产品线）
- 三、一体电脑成本
- 四、一体电脑爆发元年
- 五、品牌加低价格 AIO全新模式

第二节 2012年中国一体电脑高速发展因素分析

- 一、厂商的看好与推动
- 二、需求日渐细分化的发展趋势
- 三、一体电脑多层次和多角度的定位挖掘出了更多的市场发展空间

第六章 2012年中国一体电脑市场深度剖析

第一节 2012年中国一体电脑市场产销形势

- 一、中国一体电脑市场容量分析
- 二、PC一体机大受市场欢迎
- 三、中国一体电脑潜在需求分析
- 四、一体电脑销量及占PC传统机比重

第二节 2012年中国一体电脑买场分析

- 一、IT卖场（中关村等）
- 二、家电卖场（国美、苏宁）

第三节 2012年中国一体电脑价格分析

- 一、主流品牌机价格
- 二、一体电脑同品牌传统PC价格对比

第七章 2012年中国一体电脑市场调研

第一节 消费者购买、使用一体电脑情况分析

- 一、受访者拥有电脑的比例
- 二、受访者对一体电脑认知情况
- 三、受访者对一体电脑关注度

第二节 一体电脑功能和需求调查

- 一、购买一体电脑时消费者对具体功能参数的要求
- 二、购买一体电脑时消费者对具体配置的要求
- 三、消费者对一体电脑品牌关注度
- 四、一体电脑产品的价位调查

第三节 购买一体电脑考虑最多的因素（价格、品牌、实用性、其它）

第八章 2012年中国一体电脑市场销售渠道及策略分析

第一节 中国一体电脑市场销售终端的基本类型

- 一、中国一体电脑渠道之：传统IT渠道特点
- 二、一体电脑终端之：大型行业直销渠道
- 三、一体电脑终端之：3C渠道

第二节 一体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 2010年中国一体电脑市场销售分析

- 一、渠道增值能力备受关注
- 二、更多渠道青睐一体电脑
- 三、消费渠道浮出水面

第四节 中国一体电脑在不同渠道销售策略分析

- 一、一体电脑主要厂商产品策略情况
- 二、价格策略
- 三、渠道策略

第三部分 一体电脑市场竞争力测评

第九章 2012年中国一体电脑市场竞争新格局透析

第一节 2012年中国一体电脑竞争总况

一、一体电脑三大竞争优势

二、一体电脑与传统PC竞争分析

三、一体电脑与传统笔记本电脑竞争分析

第二节 2012年中国一体电脑市场竞争力分析

一、国内外品牌竞争

二、价格竞争分析

三、性价比分析

第三节 2012年中国一体电脑市场集中度分析

第四节 2014-2019年中国一体电脑竞争趋势分析

第十章 2012年外资品牌一体电脑市场分析

第一节 IBM

一、企业概况

二、IBM一体电脑规格及参数

三、IBM一体电脑市场分析

第二节 苹果

第三节 惠普

第四节 戴尔

第五节 索尼（Sony）

第十一章 2012年中国品牌一体电脑市场分析

第一节 Lenovo（联想）

一、企业概况

二、联想一体电脑规格及参数

三、联想一体电脑市场分析

第二节 Founder（方正）

第三节 神舟

第四节 海尔集团

第五节 万利达

第六节 清华同方

第七节 宏基（ASUS）中国台湾

第八节 华硕（Acer）中国台湾

第十二章 2012年中国一体电脑零部件市场分析

第一节 一体电脑一般配置

第二节 2012年中国一体电脑零部件市场分析

一、机箱

1、电源

2、硬盘

3、磁盘 内存

4、主板

5、CPU - 中央处理器

6、光驱

7、声卡

8、网卡

9、显卡

二、显示器

三、键盘

四、鼠标

五、音箱

第四部分 一体电脑市场前景与投资价值研究

第十三章 2014-2019年中国一体电脑市场前景与发展趋势预测

第一节 2014-2019年中国一体电脑前景预测

一、电脑制造业前景预测

二、一体电脑市场销售形势预测

三、一体电脑的配件发展前景

四、电脑产量预测预测

五、一体电脑市场盈利预测

第二节 2014-2019年中国一体电脑趋势预测

一、一体电脑外观与设计流行趋势

二、一体电脑价格趋势

第十四章 2014-2019年中国一体电脑市场投资价值研究

第一节 2012年中国一体电脑投资概况

一、一体电脑投资特性

二、一体电脑投资环境

第二节 2014-2019年中国一体电脑市场投资空白点分析

一、农村市场分析

二、一体电脑清洗市场分析

第三节 2014-2019年中国一体电脑市场投资风险测评

一、市场运营机制

二、竞争风险

三、金融风险

四、进退入风险

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102634.html>