

中国笔记本电脑行业市场竞争格局与 战略投资咨询研究报告（2010年-2013年）

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

《中国笔记本电脑行业市场竞争格局与战略投资咨询研究报告（2010年-2013年）》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/201101/60253.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

第一部分 行业发展现状

第一章 笔记本电脑行业发展概述

第一节 行业概述

一、行业定义

二、行业分类

第二节 产业链分析

一、行业在国民经济中的地位

二、行业发展历程

第三节 笔记本电脑当前发展综述

一、笔记本电脑产销量分析

二、当前技术、设备、生产工艺分析

三、行业企业发展情况

四、笔记本电脑所处经济周期

五、行业景气性分析

六、行业主要经济指标分析

第四节 国内外代表性国家笔记本电脑发展对比

一、发展模式

二、技术特点

三、笔记本电脑结构

四、企业发展

五、发展走向

第二章 计算机行业发展现状

第一节 2010年PC产业市场现状分析

一、2010年电脑市场发展分析

二、2010年PC市场热点分析

三、2010年商用电脑市场热点分析

四、品牌机与组装机用户选购分析

第二节 计算机行业经济运行状况

一、2010年微型电子计算机产量分析

二、2010年电子计算机制造销售收入前十家企业排名

三、2010年电子计算机制造主要经济指标分析

第三节 2007-2009年PC产业市场分析及预测

一、2010年PC市场细分市场分析

二、2010年PC市场主打安全牌

三、20089年中国PC市场规模预测

四、2010年PC市场大势前瞻

第三章 国外笔记本电脑行业发展分析

第一节 2010年全球笔记本电脑市场发展现状分析

一、2010年全球笔记本电脑市场发展现状

二、2010年全球笔记本电脑市场销售预测

三、2010年全球笔记本电脑市场需求预测

四、2010年全球笔记本电脑市场发展趋势

第二节 主要地区和国家笔记本电脑市场分析

一、2010年法国笔记本电脑市场现状

二、2010年美国笔记本电脑市场需求

三、2007-2009年亚太笔记本电脑市场分析

四、2007-2009年日本笔记本电脑市场分析

五、2007-2009年韩国笔记本电脑市场分析

第四章 我国笔记本电脑行业发展现状

第一节 2010年笔记本电脑发展现状分析

一、2010年笔记本电脑发展分析

二、2010年笔记本电脑进出口分析

三、2010年笔记本品牌及产品关注度分析

第二节 2010年中国笔记本市场消费行为分析

一、市场概述及观点

二、调查概述及调查对象分布

三、实际用户消费行为调查分析

四、潜在用户购买倾向调查分析

五、市场预测

第三节 2010年笔记本市场不同消费群体分析

- 一、价格战引领笔记本市场发展
- 二、笔记本市场的不同消费对象分析
- 三、未来的笔记本市场

第四节 2010年笔记本进出口市场分析

- 一、2010年笔记本电脑进出口量、进出口金额分析
- 二、2010年笔记本电脑进出口结构分析
- 三、2010年笔记本电脑进出口地域分析
- 四、2010年笔记本电脑进出口政策分析
- 五、2010年笔记本电脑进出口走势分析
- 六、2010年笔记本电脑国际贸易状况分析
- 七、2010年不同地区笔记本电脑进出口分析
- 八、2007-2009年笔记本进出口量预测

第五章 笔记本电脑产销分析

第一节 笔记本电脑生产状况分析

- 一、2010年行业笔记本电脑产量、产值分析
- 二、2010年笔记本电脑生产成本与出厂价格分析
- 三、2010年笔记本电脑当前产能配置分析
- 四、生产模式分析
- 五、2010年笔记本电脑产销率与库存投资
- 六、2010年笔记本电脑产出结构
- 七、2010年笔记本电脑产出企业、地域集中度分析
- 八、2010年不同地区生产情况分析
- 九、笔记本电脑生产技术发展
- 十、2007-2009年笔记本产量预测

第二节 笔记本电脑销售分析

- 一、笔记本电脑营销模式分析
- 二、2010年笔记本电脑主要销售渠道分析
- 三、2010年笔记本电脑广告、促销策略分析
- 四、2010年笔记本电脑销售网络构建分析
- 五、2010年笔记本电脑销售情况分析

六、笔记本电脑国际化营销分析

第六章 笔记本电脑供需分析

第一节 笔记本电脑供给分析

- 一、2010年笔记本电脑供给量分析
- 二、2010年笔记本电脑供给方式分析
- 三、2010年笔记本电脑产量与实际供给量关系分析
- 四、2010年主要笔记本电脑供给企业分析
- 五、2010年主要笔记本电脑供给地区分析
- 六、近期笔记本电脑供给规律分析
- 七、不同笔记本电脑供给模式对比
- 八、2010-2013年笔记本电脑供给量预测

第二节 笔记本电脑需求分析

- 一、2010年笔记本电脑需求量分析
- 二、2010年笔记本电脑需求特点分析
- 三、笔记本电脑潜在需求开发分析
- 四、笔记本电脑消费量与实际需求量关系分析
- 五、2010年主要笔记本电脑需求领域实际需求分析
- 六、2010年主要笔记本电脑需求地区实际需求分析
- 七、近期笔记本电脑需求发展规律分析
- 八、不同笔记本电脑需求空间对比
- 九、2010-2013年笔记本电脑需求量预测

第七章 笔记本电脑细分市场分析

第一节 家用笔记本电脑市场分析

- 一、2010年家用笔记本电脑产销情况分析
- 二、2010年家用笔记本电脑供给分析
- 三、2010年家用笔记本电脑需求分析
- 四、2010年家用笔记本电脑进出口分析
- 五、2010年家用笔记本电脑供需平衡分析

第二节 商用笔记本电脑市场分析

- 一、2010年商用笔记本电脑产销情况分析

- 二、2010年商用笔记本电脑供给分析
- 三、2010年商用笔记本电脑需求分析
- 四、2010年商用笔记本电脑进出口分析
- 五、2010年商用笔记本电脑供需平衡分析

第八章 笔记本电脑区域市场分析

第一节 笔记本电脑区域比较分析

- 一、华北地区
- 二、华东地区
- 三、华南地区
- 四、西北地区
- 五、东北地区
- 六、华中地区
- 七、西南地区

第二节 不同地区笔记本电脑市场分析

- 一、2010年不同地区笔记本电脑产销分析
- 二、2010年不同地区笔记本电脑政策分析
- 三、2010年不同地域企业竞争力分析
- 四、2010年不同企业笔记本电脑发展程度分析
- 五、2010年不同地区笔记本电脑价格分析
- 六、不同地区笔记本电脑营销模式分析
- 七、2010年不同地区发展趋势分析
- 八、2007-2009年不同地区产销量预测

第二部分 行业竞争格局

第九章 笔记本电脑行业竞争格局分析

第一节 笔记本电脑行业的发展周期

- 一、笔记本电脑行业的经济周期
- 二、笔记本电脑行业的增长性与波动性
- 三、笔记本电脑行业的成熟度

第二节 笔记本电脑行业历史竞争格局综述

- 一、笔记本电脑行业集中度分析

二、笔记本电脑行业竞争程度

三、笔记本电脑行业SWOT分析

四、笔记本电脑行业壁垒分析

五、笔记本电脑行业替代品分析

第三节 2010年笔记本市场品牌竞争力分析

一、2010年整体市场格局分析

二、2010年华人笔记本品牌分析

三、2010年欧美笔记本品牌分析

四、2010年日韩笔记本品牌分析

五、2010年三大阵营竞争力分析

第四节 笔记本与台式电脑的竞争

一、2010年个人笔记本电脑品牌竞争情况

二、笔记本电脑走向差异化竞争

三、2007-2010年整体笔记本电脑市场竞争格局

四、笔记本电脑的价格竞争分析

五、笔记本让台式机失势

第十章 笔记本电脑企业竞争策略分析

第一节 笔记本电脑市场竞争策略分析

一、2010年笔记本电脑市场增长潜力分析

二、2010年笔记本电脑主要潜力品种分析

三、现有笔记本电脑产品竞争策略分析

四、潜力笔记本电脑品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 笔记本电脑企业竞争策略分析

一、金融危机对笔记本电脑行业竞争格局的影响

二、金融危机后笔记本电脑行业竞争格局的变化

三、2010年-2013年我国笔记本电脑市场竞争趋势

四、2010年-2013年笔记本电脑行业竞争格局展望

五、2010年-2013年笔记本电脑行业竞争策略分析

六、2010年-2013年笔记本电脑企业竞争策略分析

第十一章 笔记本电脑重点企业竞争分析

第一节 联想

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2007-2009年经营状况

四、2007-2009年发展战略

第二节 惠普

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2007-2009年经营状况

四、2007-2009年发展战略

第三节 华硕

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2007-2009年经营状况

四、2007-2009年发展战略

第四节 神舟

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2007-2009年经营状况

四、2007-2009年发展战略

第五节 戴尔

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2007-2009年经营状况

四、2007-2009年发展战略

第六节 海尔

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2007-2009年经营状况

四、2007-2009年发展战略

第七节 宏碁

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2007-2009年经营状况
- 四、2007-2009年发展战略

第八节 三星

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2007-2009年经营状况
- 四、2007-2009年发展战略

第九节 东芝

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2007-2009年经营状况
- 四、2007-2009年发展战略

第十节 索尼

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2007-2009年经营状况
- 四、2007-2009年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十二章 笔记本电脑行业发展趋势分析

第一节 计算机行业发展趋势分析

- 一、2010年计算机市场发展前瞻
- 二、2010年计算机市场展望
- 三、2010年台式机电脑市场展望
- 四、2011年PC电脑的销量预测

第二节 笔记本电脑研发趋势分析

- 一、笔记本电脑研究开发新趋势
- 二、笔记本电脑主要品种发展趋势

第三节 2010年笔记本市场发展趋势分析

- 一、2010年品牌发展趋势

二、2010年价格发展趋势

三、2010年产品发展趋势

四、2010年技术发展趋势

五、2010年渠道发展趋势

第四节 2010年-2013年中国笔记本电脑市场趋势分析

一、2007-2009年笔记本电脑市场趋势总结

二、2010年-2013年笔记本电脑发展趋势分析

三、2010年-2013年笔记本电脑市场发展空间

四、2010年-2013年笔记本电脑产业政策趋向

五、2010年-2013年笔记本电脑技术革新趋势

六、2010年-2013年笔记本电脑价格走势分析

第十三章 未来笔记本电脑行业发展预测

第一节 2010年-2013年国际笔记本电脑市场预测

一、2010年-2013年全球笔记本电脑行业产能预测

二、2010年-2013年全球笔记本电脑市场需求前景

三、2010年-2013年全球笔记本电脑市场价格预测

第二节 2010年-2013年国内笔记本电脑市场预测

一、2010年-2013年国内笔记本电脑行业产能预测

二、2010年-2013年国内笔记本电脑行业产量预测

三、2010年-2013年国内笔记本电脑市场需求前景

四、2010年-2013年国内笔记本电脑市场价格预测

五、2010年-2013年国内笔记本电脑行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十四章 笔记本电脑行业投资现状分析

第一节 2010年笔记本电脑行业投资情况分析

一、2010年总体投资及结构

二、2010年投资规模情况

三、2010年投资增速情况

四、2010年分行业投资分析

五、2010年分地区投资分析

六、2010年外商投资情况

第二节 2010年1季度笔记本电脑行业投资情况分析

一、2010年2季度总体投资及结构

二、2010年2季度投资规模情况

三、2010年2季度投资增速情况

四、2010年2季度分行业投资分析

五、2010年2季度分地区投资分析

六、2010年2季度外商投资情况

第十五章 笔记本电脑行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2007-2010年我国宏观经济运行情况

二、2007-2010年我国宏观经济形势分析

三、2010年-2013年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2010年笔记本电脑行业政策环境

二、2010年国内宏观政策对其影响

三、2010年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2010年社会环境发展分析

三、2010年-2013年社会环境对行业的影响分析

第四节 电子产业振兴规划

一、电子产业振兴规划概述

二、电子产业振兴规划细则

三、电子产业振兴规划三大任务

四、电子产业振兴规划六大工程

五、电子产业振兴规划十项措施

六、电子产业振兴规划的意义与作用

七、电子产业振兴规划对笔记本电脑行业的影响

第十六章 笔记本电脑行业投资机会与风险

第一节 笔记本电脑行业投资效益分析

第二节 影响笔记本电脑行业发展的主要因素

第三节 笔记本电脑行业投资风险及控制策略分析

第十七章 笔记本电脑行业投资战略研究

第一节 笔记本电脑行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国笔记本电脑品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、笔记本电脑实施品牌战略的意义

三、笔记本电脑企业品牌的现状分析

四、我国笔记本电脑企业的品牌战略

五、笔记本电脑品牌战略管理的策略

第三节 笔记本电脑行业投资战略研究

一、2010年计算机行业投资战略

二、2010年笔记本电脑行业投资战略

三、2010年-2013年笔记本电脑行业投资战略

四、2010年-2013年细分行业投资战略

图表目录

图表：2007-2009年笔记本电脑进口量曲线图

图表：2007-2009年中国大陆笔记本电脑进口量月累计表

图表：2007-2009年笔记本电脑出口量曲线图

图表：2007-2009年中国大陆笔记本电脑出口量月累计表

图表：2010年笔记本电脑品牌关注度分析

图表：2010年笔记本电脑产品关注度分析

图表：2010年笔记本电脑消费行为调查对象性别分布

图表：2010年笔记本电脑消费行为调查对象年龄分布

图表：2010年笔记本电脑消费行为调查对象职业分布

图表：2010年笔记本电脑消费行为调查对象月收入分布

图表：2010年笔记本电脑消费行为调查对象在全国七大区域的分布状况

图表：2010年笔记本电脑消费行为调查分布率最高的大省市自治区及直辖市分布

图表：2010年笔记本电脑消费行为消费者购买产品情况分布

图表：笔记本电脑消费行为购买笔记本至今大概多久

图表：笔记本电脑消费行为计划换本用户分布状况

图表：笔记本电脑消费行为实际购买产品品牌分布

图表：选择笔记本而不是台式机的原因分布

图表：实际用户购买笔记本的价位区间分布

图表：实际用户购买笔记本的用途分布

图表：实际用户购买笔记本的屏幕规格分布

图表：实际用户购买笔记本的屏幕尺寸分布

图表：实际用户购买笔记本的CPU类型分布

图表：实际用户购买笔记本的内存大小分布

图表：除USB接口，实际用户最常用到的接口分布

图表：实际用户购买笔记本的地点分布

图表：笔记本电脑使用至今是否出现质量问题

图表：笔记本电脑产品出现质量问题的主要表现

图表：笔记本电脑计划购买时间分布状况

图表：笔记本电脑优先选择品牌排行榜

图表：笔记本电脑首选联想的潜在用户次优先选择品牌分布

图表：笔记本电脑首选惠普的潜在用户次优先选择品牌分布

图表：笔记本电脑首选戴尔的潜在用户次优先选择品牌分布

图表：笔记本电脑首选华硕的潜在用户次优先选择品牌分布

图表：笔记本电脑选购笔记本最大顾虑分布

图表：笔记本电脑选购笔记本最关心的配置分布

图表：笔记本电脑潜在用户可接受价位分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的颜色分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的外壳分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的屏幕规格分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的屏幕尺寸分布

图表：笔记本电脑奔腾双核T、T等低端双核笔记本是否会吸引您购买

图表：笔记本电脑SantaRosa已经发布，会选择迅驰还是现有平台产品

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的显卡类型分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的内存大小分布

图表：笔记本电脑潜在用户认可的笔记本待机时间分布

图表：笔记本电脑潜在用户认为最需要的技术功能分布

图表：笔记本电脑是否会购买Vista最新技术的笔记本

图表：笔记本电脑潜在用户倾向购买笔记本的类型分布

图表：笔记本电脑潜在用户理想的笔记本重量分布

图表：笔记本电脑潜在用户获知产品信息渠道调查

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的渠道分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的时间分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的地点分布

图表：笔记本电脑实际购买产品品牌分布

图表：笔记本电脑实际用户与潜在用户选购笔记本的价位分布

图表：笔记本电脑实际用户与潜在用户选购笔记本的屏幕尺寸分布

图表：笔记本电脑实际用户与潜在用户选购笔记本的屏幕规格分布

图表：笔记本电脑实际用户与潜在用户选购笔记本的内存大小分布

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201101/60253.html>