

2011-2015年电脑行业前十大企业竞争力分析及行业投资潜力研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2011-2015年电脑行业前十大企业竞争力分析及行业投资潜力研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201011/U76189AB1A.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

2010年年第三季度，全球PC出货量为8970万台，增长11%，低于预期的13.5%。惠普、宏碁和戴尔等几大制造商第三季度业绩均低于市场平均水平，而联想和华硕在本季度表现强劲，增幅均超过30%；东芝销量增长约15%。目前商用PC与消费类PC的出货比例是3：7，2010年这一比例将达4：6。与消费类PC的更换周期不同，商用PC有固定的更换需求，这个需求在过去几年就应该展现在订单上，但正巧遇到金融风暴的冲击而往后顺延。不过，随着经济持续复苏，企业恢复资本支出，下半年商用PC换机潮能有效带动商用机种出货量。随着Web2.0、云计算、SaaS、电子商务等新的计算和应用模式的兴起，企业的信息资产也面临越来越多的威胁，商用PC的安全稳定性已成为行业用户最为看重的指标，这也是商用电脑的立身之本。不同行业用户对商用PC的功能要求不尽相同，深入推进“按需订制”，打造商业用户的个性化产品，成了PC厂商的竞争关键。商用客户当前所面临的环境更加复杂，商用技术重点应关注成本、效率、管理和安全这四个最重要的客户需求。

2010-2011年，PC出货量涨幅将达到18%。目前，全球PC保有量为14亿台。对于中国市场而言，PC市场的未来空间广阔得让人无法想象。在电脑下乡、科技下乡等政府利好政策的推动下，中国PC市场正迎来历史上最黄金的发展时期。2010年，中国经济总量超过日本，成为世界第二大经济独立体。在这样一个快速发展的国家，中国市场拥有着庞大的消费群体，他们不仅对PC有着巨大的需求，而且应用也是十分广泛，市场潜力大得令人难以想象。目前，中国的宽带用户达到3.84亿，无论是中高端，还是低端都蕴藏着巨大的市场潜力。而随着宽带资费的降低，宽带用户总量将呈爆发性增长态势。另外，2009年，中国城镇居民和农村居民可支配收入分别为17175元和5153元，对于众多的中国消费者来说，他们在PC上不存在购买力或价格的问题，更多的是希望专业人士能给他建议配置一台适合其使用需求的电脑。另外，农村的消费潜力巨大。目前，在中国农村地区有购买能力的人口和家庭大约是30%，但是实际购买电脑的人口只有3%。目前，电脑下乡已经覆盖到全国，13%的政府补贴也让更多的农民能够买得起电脑。另外，随着电脑下乡、科技下乡使得无论是DIY的，还是OEM的电脑进入到更多的三、四线城市和更边远的市场。

中国5-6级城市PC市场2009年整体出货量达1480万台，5级城市同比增长29.4%，6级城市同比增长25.0%，成为拉动2009年中国PC市场的主要力量。这一快速增长趋势将延续到2010年。截至2009年底，1级城市每百户家庭PC保有量已达82.1台，2-3级城市达44.7台。相比之下，5级城市每百户家庭PC保有量为11.2台，而6级城市及农村每百户家庭PC保有量仅为7.9台。PC在国内已经发展了十多年，在城市尤其是一二线城市发展已经非常成熟，而农村市场在全国的市场占有率却只有个位数。以目前国内农村的经济发展现状和庞大的农村人口基数看，这块尚未被充分开垦的土地，仅从人口数量来说就足以令所有从业者热血沸腾。虽然目前开发农村市场存在各种各样的困难和障碍，但有一点可以肯定，那就是不断富裕起来的庞大农业人口，终有一天会成为台式机市场增长的长期推动力。在当前形势下，我国电

脑行业的投资潜力如何？存在哪些投资机会？前十大优秀企业又有哪些经验值得借鉴呢？

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工业和信息化部、国家商务部、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、中国计算机行业协会、中国经济景气监测中心、国内外相关报刊杂志的基础信息、电脑行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国电脑市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了电脑前十大企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对电脑市场风险进行了预测，为电脑生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在电脑行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国电脑行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业运行现状

第一章 中国电脑行业发展概述

第一节 电脑行业发展情况

一、电脑定义

二、电脑行业发展历程

第二节 电脑产业链分析

一、产业链模型介绍

二、电脑产业链模型分析

第三节 2008-2010年中国电脑行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章 全球电脑市场发展分析

第一节 全球电脑市场发展情况分析

一、2009年全球电脑市场发展分析

二、2009年全球电脑市场统计分析

三、2010年上半年全球电脑市场分析

四、2010年上半年全球电脑销售排名

五、2010年全球电脑消费者调查分析

第二节 2010年世界主要国家电脑市场分析

一、2010年美国电脑市场现状分析

二、2010年欧洲电脑市场现状分析

三、2010年日本电脑市场现状分析

四、2010年韩国电脑市场现状分析

五、2010年中东与非洲电脑市场分析

第三章 中国电脑市场运行分析

第一节 电脑行业市场发展基本情况

一、市场现状分析

二、市场规模分析

三、市场特点分析

四、市场技术发展状况

第二节 电脑行业技术研发情况

一、行业研发情况分析

二、竞争对手研发占投入比

三、研发投入与研发成果关系

第三节 行业市场工业总产值分析

一、年市场工业总产值分析

二、2009-2010年不同规模企业工业总产值分析

三、2009-2010年不同所有制企业工业总产值比较

四、2009-2010年行业市场工业总产值地区分布

第四节 行业市场产品价格分析

一、2008年市场产品价格走势

二、2009年市场产品价格走势

三、2010年上半年市场产品价格走势

四、2011-2015年市场产品价格趋势预测

第四章 中国电脑行业的国际比较分析

第一节 中国电脑市场发展情况分析

一、2009年中国电脑市场发展分析

二、2009年中国电脑市场统计分析

三、2010年中国电脑市场发展分析

四、2010年中国电脑细分市场分析

第二节 中国电脑行业的国际比较分析

一、中国电脑行业竞争力指标分析

二、国际电脑行业竞争力指标分析

三、中国电脑行业经济指标国际比较分析

第三节 全球电脑行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第五章 中国电脑行业经济运行指标分析

第一节 2010年中国电脑行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2010年中国电脑行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2010年中国电脑行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第二部分 市场供需分析

第六章 中国电脑行业生产现状分析

第一节 电脑行业生产分析

一、产品及原材料进口、自有比例

二、国内产品及原材料生产基地分布

三、产品及原材料产业集群发展分析

四、2008-2010年产品及原材料产能情况分析

第二节 电脑行业产能分析

一、2009-2010年电脑产能分析

二、2009-2010年重点企业产能及占有份额

二、2011-2015年电脑产能预测

第三节 电脑行业产量分析

一、2009-2010年电脑产量分析

二、2010年产能配置与产能利用率调查

三、2011-2015年电脑产量预测

第四节 电脑行业市场供给分析

- 一、2010年电脑生产规模现状
- 二、2010年电脑产能规模分布
- 三、2010年电脑市场价格走势
- 四、2010年电脑重点厂商分布
- 五、2010年电脑产供状况分析
- 第七章 电脑行业采购状况分析
 - 第一节 电脑成本分析
 - 一、2009-2010年原材料成本走势分析
 - 二、2009-2010年劳动力供需及价格分析
 - 三、2009-2010年其他方面成本走势分析
 - 第二节 上游原材料价格与供给分析
 - 一、主要原材料情况
 - 二、2008-2010年主要原材料价格与供给分析
 - 三、2011-2015年主要原材料市场变化趋势预测
 - 第三节 电脑产业链的分析
 - 一、行业集中度
 - 二、主要环节的增值空间
 - 三、行业进入壁垒和驱动因素
 - 四、上下游行业影响及趋势分析
- 第八章 中国电脑市场供需分析
 - 第一节 2010年电脑市场需求分析
 - 一、电脑行业需求市场
 - 二、电脑行业客户结构
 - 三、电脑行业需求的地区差异
 - 第二节 2010年电脑市场供给分析
 - 一、2010年电脑市场供给分析
 - 二、2011-2015年电脑市场供给预测
 - 第三节 2011-2015年供求平衡分析及未来发展趋势
 - 一、2011-2015年电脑行业的需求预测
 - 二、2009-2010年电脑供求平衡分析
 - 三、2011-2015年电脑供求平衡预测
- 第九章 电脑细分市场发展分析
 - 第一节 台式电脑市场发展分析
 - 一、2009-2010年行业供需分析
 - 二、2009-2010年价格走势分析

三、2009-2010年主要企业竞争

四、2011-2015年行业投资潜力

第二节 笔记本电脑市场发展分析

一、2009-2010年行业供需分析

二、2009-2010年价格走势分析

三、2009-2010年主要企业竞争

四、2011-2015年行业投资潜力

第三节 平板电脑市场发展分析

一、2009-2010年行业供需分析

二、2009-2010年价格走势分析

三、2009-2010年主要企业竞争

四、2011-2015年行业投资潜力

第四节 电脑配件市场发展分析

一、2009-2010年CPU市场分析

二、2009-2010年主板市场分析

三、2009-2010年内存市场分析

四、2009-2010年硬盘市场分析

五、2009-2010年显卡市场分析

六、2009-2010年液晶显示器市场分析

七、2009-2010年机箱电源市场分析

八、2009-2010年其他配件市场分析

第十章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第五节 电脑行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第六节 电脑重点地区销售分析

- 一、电脑各地区对比销售分析
- 二、电脑“重点地区一”销售分析
- 三、电脑“重点地区二”销售分析
- 四、电脑“重点地区三”销售分析
- 五、电脑“重点地区四”销售分析
- 六、电脑“重点地区五”销售分析
- 七、电脑“重点地区六”销售分析
- 第三部分 行业竞争分析
- 第十一章 电脑市场竞争格局分析
- 第一节 行业竞争结构分析
 - 一、现有企业间竞争
 - 二、潜在进入者分析
 - 三、替代品威胁分析
 - 四、供应商议价能力
 - 五、客户议价能力
- 第二节 行业集中度分析
 - 一、市场集中度分析
 - 二、企业集中度分析
 - 三、区域集中度分析
- 第三节 行业国际竞争力比较
 - 一、生产要素
 - 二、需求条件
 - 三、支援与相关产业
 - 四、企业战略、结构与竞争状态
 - 五、政府的作用
- 第四节 电脑竞争力优势分析
 - 一、整体产品竞争力评价
 - 二、产品竞争力评价结果分析
 - 三、竞争优势评价及构建建议
- 第五节 电脑行业竞争格局分析
 - 一、2010年电脑行业竞争分析
 - 二、2010年国内外电脑竞争分析
 - 三、2010年中国电脑市场竞争分析
 - 四、2010年中国电脑市场集中度分析
 - 五、2010年中国电脑竞争对手市场份额

六、2010年中国电脑主要品牌企业梯队分布

第十二章 电脑行业产业结构分析

第一节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国电脑行业参与国际竞争的战略市场定位

第十三章 前十大领先企业发展分析

第一节 DELL公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第二节 惠普公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第三节 联想集团

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第四节 宏基集团

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第五节 方正科技集团股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第六节 清华同方股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第七节 长城计算机公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第八节 海尔集团

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第九节 深圳市神舟电脑股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第十节 华硕电脑公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第四部分 投资潜力预测

第十四章 2011-2015年电脑行业发展趋势及影响因素

第一节 电脑市场前景分析

一、电脑市场容量分析

二、电脑行业利好利空政策

三、电脑行业发展前景分析

第二节 电脑未来发展预测分析

一、中国电脑发展方向分析

二、2011-2015年中国电脑行业发展规模

三、2011-2015年中国电脑行业发展趋势预测

第三节 2011-2015年电脑行业供需预测

一、2011-2015年电脑行业供给预测

二、2011-2015年电脑行业需求预测

三、2011-2015年电脑行业进出口预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

六、中国电脑行业SWOT分析

第十五章 2011-2015年电脑行业投资方向与风险分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 电脑行业投资潜力与机会

第五节 新进入者应注意的障碍因素

第六节 2011-2015年中国电脑行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第五部分 市场策略研究

第十六章 行业发展环境与渠道分析

第一节 全国经济发展背景分析

一、2010年宏观经济数据分析

二、2010年宏观政策环境分析

三、“十二五”发展规划分析

第二节 主要城市发展背景分析

一、主要城市区域市场特点分析

二、主要城市社会经济现状分析

三、未来主要城市经济发展预测

第三节 竞争对手渠道模式

一、电脑市场渠道情况

二、电脑竞争对手渠道模式

三、电脑直营代理分布情况

第四节 主要商圈发展趋势分析

一、各城市主要商圈渠道分布情况

二、各城市主要商圈销售规模分析

三、各城市主要商圈发展趋势分析

第十七章 2011-2015年电脑行业市场策略分析

第一节 消费者调查研究

一、消费者生活方式调查

二、未来社会人口生活水平

三、电脑消费者调查

四、发达国家同期消费者感知

第二节 营销分析与营销模式推荐

一、渠道构成

二、销售贡献比率

三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构

第三节 多元化策略分析

一、行业多元化策略研究

二、现有竞争企业多元化业务模式

三、上下游行业策略分析

第四节 广告投放策略分析

一、行业广告投放现状分析

二、2009-2010年广告投放方式变化分析

三、2009-2010年广告投放总量变化分析

四、2011-2015年广告投放策略分析

第五节 品牌策略分析

一、各品牌定位及策略分析

二、各品牌知名度及策略分析

三、各品牌美誉度及策略分析

四、各品牌忠诚度及策略分析

图表目录

图表：电脑产业链分析

图表：电脑行业生命周期

图表：2009-2010年中国电脑行业市场规模

图表：2009-2010年全球电脑产业市场规模

图表：2009-2010年电脑重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国电脑行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国电脑行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国电脑行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国电脑竞争力分析

图表：2011-2015年中国电脑市场前景预测

图表：2011-2015年中国电脑市场价格走势预测

图表：2011-2015年中国电脑发展前景预测

- 图表：2009-2010年国内生产总值及其增长速度
- 图表：2009-2010年居民消费价格涨跌幅度
- 图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表：2009-2010年国家外汇储备
- 图表：2009-2010年税收收入及其增长速度
- 图表：2009-2010年粮食产量及其增长速度
- 图表：2009-2010年工业增加值及其增长速度
- 图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度
- 图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度
- 图表：2009-2010年建筑业增加值及其增长速度
- 图表：2009-2010年固定资产投资及其增长速度
- 图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度
- 图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力
- 图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况
- 图表：2009-2010年社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表：2009年货物进出口总额及其增长速度
- 图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度
- 图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度
- 图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度
- 图表：2009-2010年货物进出口总额及其增长速度
- 图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度
- 图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
- 图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
- 图表：2009-2010年电话用户数
- 图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度
- 图表：2009-2010年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度
- 图表：2009-2010年各类教育招生人数
- 图表：2008年人口数及其构成
- 图表：2009-2010年农村居民村收入及其增长速度
- 图表：2009-2010年城镇居民可支配收入及其增长速度
- 图表：2010年1-9月工业生产主要指标
- 图表：2009-2010年9月全国居民消费价格指数
- 图表：2009-2010年9月工业品出厂价格指数
- 图表：2010年1-9月电脑产量全国统计
- 图表：2010年1-9月电脑产量北京市统计

图表：2010年1-9月电脑产量天津市统计

图表：2010年1-9月电脑产量河北省统计

图表：2010年1-9月电脑产量内蒙古统计

图表：2010年1-9月电脑产量辽宁省统计

图表：2010年1-9月电脑产量吉林省统计

图表：2010年1-9月电脑产量黑龙江统计

图表：2010年1-9月电脑产量上海市统计

图表：2010年1-9月电脑产量江苏省统计

图表：2010年1-9月电脑产量浙江省统计

图表：2010年1-9月电脑产量安徽省统计

图表：2010年1-9月电脑产量福建省统计

图表：2010年1-9月电脑产量江西省统计

图表：2010年1-9月电脑产量山东省统计

图表：2010年1-9月电脑产量河南省统计

图表：2010年1-9月电脑产量湖北省统计

图表：2010年1-9月电脑产量湖南省统计

图表：2010年1-9月电脑产量广东省统计

图表：2010年1-9月电脑产量广西区统计

图表：2010年1-9月电脑产量海南省统计

图表：2010年1-9月电脑产量四川省统计

图表：2010年1-9月电脑产量云南省统计

图表：2010年1-9月电脑产量陕西省统计

图表：2010年1-9月电脑产量甘肃省统计

图表：2010年1-9月电脑产量青海省统计

图表：2010年1-9月电脑产量宁夏区统计

图表：2010年1-9月电脑产量新疆区统计

图表：2010年1-9月我国电脑产品进口数据

图表：2010年1-9月我国电脑产品出口数据

图表：2010年1月我国电脑产品进口数据

图表：2010年1月我国电脑产品出口数据

图表：2010年2月我国电脑产品进口数据

图表：2010年2月我国电脑产品出口数据

图表：2010年3月我国电脑产品进口数据

图表：2010年3月我国电脑产品出口数据

图表：2010年1季度我国电脑产品进口数据

图表：2010年1季度我国电脑产品出口数据

图表：2010年4月我国电脑产品进口数据

图表：2010年4月我国电脑产品出口数据

图表：2010年5月我国电脑产品进口数据

图表：2010年5月我国电脑产品出口数据

图表：2010年6月我国电脑产品进口数据

图表：2010年6月我国电脑产品出口数据

图表：2010年2季度我国电脑产品进口数据

图表：2010年2季度我国电脑产品出口数据

图表：2010年7月我国电脑产品进口数据

图表：2010年7月我国电脑产品出口数据

图表：2010年8月我国电脑产品进口数据

图表：2010年8月我国电脑产品出口数据

图表：2010年9月我国电脑产品进口数据

图表：2010年9月我国电脑产品出口数据

图表：2010年3季度我国电脑产品进口数据

图表：2010年3季度我国电脑产品出口数据

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201011/U76189AB1A.html>