

2020-2025年中国电脑市场供需格局及投资规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国电脑市场供需格局及投资规划研究报告》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.huaon.com/detail/520429.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

计算机（computer）俗称电脑，是现代一种用于高速计算的电子计算机器，可以进行数值计算，又可以进行逻辑计算，还具有存储记忆功能。是能够按照程序运行，自动、高速处理海量数据的现代化智能电子设备。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 计算机行业发展分析

第一章 计算机发展简述及产品分类

第一节 计算机发展简述及特点性能

一、计算机发展简述

二、计算机的特点

三、计算机性能指标

第二节 计算机的分类及其应用领域

一、计算机的分类

二、计算机的应用领域

第三节 计算机产业发展概况及应用

一、计算机产业发展概况

二、计算机发展与应用

第二章 全球电脑行业发展分析

第一节 全球电脑市场发展现状分析

一、全球电脑市场概述

二、全球PC市场分析

三、全球个人电脑市场分析

四、全球四大厂商电脑出货分析及格局

五、世界笔记本电脑市场供大于求价格体系面临崩溃

第二节 2020-2025年全球电脑市场发展预测

一、全球PC出货量预测

二、2020-2025年全球笔记本电脑市场预测

- 三、全球工业电脑市场规模预测
- 四、全球平板电脑出货量预测
- 五、将成为平板电脑天下

第三章 计算机市场发展概况

第一节 国内电脑发展状况分析

- 一、我国电脑产业市场发展现状分析
- 二、国内电脑产业发展特点分析

第二节 电脑产业市场现状分析

- 一、我国电子计算机产业发展情况
- 二、电脑市场发展分析
- 三、电脑市场热点分析
- 四、我国工业计算机产业发展特点
- 五、商用电脑市场分析
- 六、我国高端容错计算机产业现状分析
- 七、中国一体电脑市场研究年度报告
- 八、中国上网本市场分析

第三节 电脑产业市场预测

- 一、电脑市场形势分析
- 二、中国电脑市场规模预测
- 三、国产PC增量不增收低利润瓶颈待解

第二部分 计算机所属行业经济运行数据分析

第四章 中国电子计算机制造业所属行业经济运行数据分析

第一节 全国电子计算机制造业所属行业主要经济指标

- 一、全国电子计算机制造业所属行业主要经济指标
- 二、全国电子计算机制造业所属行业主要经济指标

第二节 全国电子计算机制造业产品所属行业生产情况

- 一、全国电子计算机制造业所属行业生产情况分析
- 二、全国电子计算机制造业所属行业生产情况分析

第三节 全国及各省市电子计算机制造业所属行业产销数据分析

- 一、全国及各省市电子计算机制造业所属行业产销数据分析
- 二、全国及各省市电子计算机制造业所属行业产销数据分析

第四节 全国及各省市电子计算机制造业所属行业资产负债分析

- 一、全国及各省市电子计算机制造业所属行业资产负债分析

二、全国及各省市电子计算机制造业所属行业资产负债分析

第五节 全国及中国各省市电子计算机制造业所属行业规模分析

一、全国及各省市电子计算机制造业所属行业规模分析

二、全国及各省市电子计算机制造业所属行业规模分析

第六节 全国及各省市电子计算机制造业所属行业盈利能力分析

一、全国及各省市电子计算机制造业所属行业盈利能力分析

二、全国及各省市电子计算机制造业所属行业盈利能力分析

第五章 中国电子计算机整机制造业所属行业经济运行数据分析

第一节 全国电子计算机整机制造业所属行业主要经济指标

一、全国电子计算机整机制造业所属行业主要经济指标

二、全国电子计算机整机制造业所属行业主要经济指标

第二节 全国及各省市电子计算机整机制造业所属行业产销数据分析

一、全国及各省市电子计算机整机制造业所属行业产销数据分析

二、全国及各省市电子计算机整机制造业所属行业产销数据分析

第三节 全国及各省市电子计算机整机制造业所属行业资产负债分析

一、全国及各省市电子计算机整机制造业所属行业资产负债分析

二、全国及各省市电子计算机整机制造业所属行业资产负债分析

第四节 全国及中国各省市电子计算机整机制造业所属行业规模分析

一、全国及各省市电子计算机整机制造业所属行业规模分析

二、全国及各省市电子计算机整机制造业所属行业规模分析

第五节 全国及各省市电子计算机整机制造业所属行业盈利能力分析

一、全国及各省市电子计算机整机制造业所属行业盈利能力分析

二、全国及各省市电子计算机整机制造业所属行业盈利能力分析

第三部分 计算机细分及配件市场分析

第六章 台式计算机市场发展概况

第一节 国内台式PC的发展状况

一、台式电脑市场综述

二、国内台式电脑市场发展现状

第二节 国内台式PC的市场特点

一、台式电脑市场焦点分析

二、台式机市场发展趋向

三、一体台式机渐成主流

第三节 台式电脑市场深度分析

- 一、中国台式电脑市场概述
- 二、中国台式电脑市场结构分析
- 三、中国台式电脑市场主流厂商分析
- 第四节 暑期台式机市场消费行为分析
 - 一、度台式机市场消费者调查
 - 二、中国台式电脑市场学生消费行为调查
- 第五节 2020-2025年台式电脑市场发展预测

第七章 笔记本电脑市场发展状况

- 第一节 笔记本电脑发展现状分析
 - 一、笔记本行业发展概况
 - 二、中国笔记本市场及出货分析
 - 三、笔记本电脑进出口分析
 - 四、中国笔记本市场热门机型分析
 - 五、重庆规划产笔记本电脑1亿台占全球13
- 第二节 中国笔记本市场深度分析
 - 一、中国笔记本电脑市场概述
 - 二、中国笔记本电脑市场结构分析
 - 三、中国笔记本电脑市场主流厂商分析
- 第三节 笔记本市场消费调查
 - 一、消费者暑期购买笔记本倾向调研
 - 二、中国笔记本电脑市场学生消费行为调查
- 第四节 2020-2025年笔记本市场发展预测

第八章 PC服务器市场发展状况

- 第一节 服务器的分类及介绍
 - 一、服务器的分类
 - 二、IA服务器
- 第二节 中国服务器市场概况
 - 一、全球服务器市场发展现状
 - 二、中国服务器整体市场综述
 - 三、国产服务器市场状况
 - 四、从度横评看国产服务器发展
 - 五、我国自主品牌服务器首次出口海外市场
- 第三节 中国服务器市场分析

- 一、中国服务器市场概述
- 二、中国服务器市场结构分析
- 三、中国服务器市场主流厂商分析
- 第四节 国内服务器市场发展预测
 - 一、创新自主引领中国刀片市场应用未来
 - 二、服务器技术发展趋势十大预测
 - 三、中国服务器市场出货量将达189.6万台
 - 四、中国服务器市场趋势预测

第九章 计算机主要配件市场分析

第一节 中国硬件市场品牌调查分析

- 一、CPU
- 二、内存
- 三、硬盘
- 四、主板
- 五、显卡
- 六、光驱
- 七、机箱
- 八、电源
- 九、散热器

第二节 中国计算机外设市场品牌调查分析

- 一、液晶显示器
- 二、CRT显示器
- 三、音箱
- 四、键盘鼠标

第三节 硬盘市场分析

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

第四节 计算机主板市场分析

- 一、计算机主板市场发展概述
- 二、主板市场竞争格局研究
- 三、中国主板市场趋势预测

第五节 计算机内存市场分析

- 一、内存整体市场分析
- 二、DDR内存市场分析
- 三、内存市场态势五大预测
- 四、中国内存市场趋势预测

第六节 计算机微处理器（CPU）市场分析

- 一、CPU市场竞争概况
- 二、CPU出货分析
- 三、英特尔处理器产品近期价格趋向
- 四、国产CPU（龙芯）的前景
- 五、中国CPU市场趋势预测

第七节 显示器市场分析

- 一、全球液晶显示器销售与供应分析
- 二、中国显示器市场分析
- 三、中国液晶显示器市场分析
- 四、中国显示器产量分析
- 五、显示器市场未来的发展趋势预测
- 六、中国液晶显示器市场趋势预测

第八节 其他组件市场分析

- 一、音箱市场分析
- 二、中国激光打印机市场分析
- 三、中国光存储市场综述
- 四、中国存储卡市场分析
- 五、显卡市场现状分析
 - （一）整合产品有待提升显卡将保持高速发展
 - （二）中国显卡市场趋势预测

第四部分 计算机市场营销分析

第十章 计算机市场的销售渠道分析

第一节 国内PC销售渠道回顾

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

第二节 计算机产品渠道趋势分析

第三节 计算机产品的渠道新举措

- 一、笔记本电脑营销新模式
 - 二、商用PC渠道分析
 - 三、联想惠普领头：商用PC产品渠道双线博弈
 - 四、PC销售渠道之变：上网开店
- ### 第四节 PC的互联网营销变革

第十一章 计算机行业营销分析

第一节 主要电脑品牌营销策略分析

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

第二节 服务器营销策略分析

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

第三节 惠普营销分析

- 一、惠普中国市场营销模式
- 二、HP服务器市场及战略

第五部分 计算机竞争格局分析

第十二章 电脑市场竞争格局分析

第一节 电脑市场整体竞争格局

- 一、电脑竞争格局分析
- 二、国产PC品牌市场分析
- 三、PC销量增速低于预期巨头激战商用电脑市场
- 四、平板电脑市场仍将战火纷飞

第二节 笔记本电脑市场竞争状况

- 一、笔记本电脑市场竞争分析
- 二、笔记本市场竞争将加剧

第三节 国内服务器市场竞争状况

第四节 品牌PC竞争状况

- 一、品牌PC竞争趋势

二、联想全球PC市场占有率首超10%

三、本土PC品牌竞争力缺失

第五节 计算机外设及配件市场竞争格局

一、国内显示器市场竞争概况

二、主板芯片组市场竞争状况

三、光驱市场竞争格局分析

第十三章 国内外行业领先企业分析

第一节 DELL公司

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第二节 惠普公司

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第三节 联想集团

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第四节 宏基

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第五节 方正公司

一、企业简介

二、市场动态

三、方正告别PC

四、公司战略

第六节 同方股份

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第七节 长城计算机公司

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第八节 海尔集团

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第六部分 计算机发展趋势及策略

第十四章 2020-2025年电脑行业发展趋势预测

第一节 2020-2025年电脑市场发展趋势

一、2020-2025年电脑市场发展趋势

二、2020-2025年台式电脑发展趋势

三、2020-2025年笔记本电脑发展趋势

四、平板电脑市场发展的三个趋势

第二节 2020-2025年计算机发展前景预测

一、PC市场前景预测

二、PC市场主要增长点预测

三、安全PC市场前景分析

四、“十四五规划”对中国商用PC市场的影响

第三节 2020-2025年计算机外设及配件市场前景预测

一、未来五年投影机市场增长预测

二、彩色激光打印机市场前景预测

三、PC媒体服务器市场预测

四、芯片组市场前景预测

第十五章 2020-2025年电脑行业发展策略探讨

第一节 笔记本电脑营销模式分析

一、专注产品应用的营销策略

二、多元化的事件营销策略

三、跨行业的品牌联合营销策略

第二节 计算机行业发展策略

一、应用创新将引领电脑行业发展

二、电脑下乡发展策略

三、PC企业融合营销模式

四、品牌电脑的定位分析与适用范围

五、PC企业促销策略研究

第十六章 2020-2025年电脑行业投资策略探讨 (AK YYY)

第一节 计算机投资策略分析

一、全球硬件行业状况

二、国内硬件行业现状

三、计算机行业市场投资动态

四、行业未来总体判断及关注热点

五、行业投资策略分析

第二节 2020-2025年计算机行业投资分析

一、2020-2025年计算机行业增长稳定

二、2020-2025年计算机行业投资机会分析

三、2020-2025年计算机产业投资策略

图表目录：

图表：2019年全球笔记型电脑出货

图表：2019笔记型电脑及平板电脑出货分析

图表：2019年全球PC厂商出货情况

图表：2019年四大厂商PC出货量

图表：2019年全球PC厂商出货及市场份额

图表：2019年低端服务器市场与高端容错计算机市场(non-x86)销售额对比

图表：2019年低端服务器市场与高端容错计算机市场(non-x86)销量对比

图表：高端容错计算机市场规模

图表：高端容错计算机市场(non-X86)格局(销售额)

图表：2019年中国一体电脑市场品牌关注比例分布

图表：中国一体电脑市场品牌关注比例对比

图表：2019年中国一体电脑市场联想、苹果、惠普品牌关注比例走势

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/520429.html>