

# 2020年中国笔记本电脑市场前景研究报告- 市场运营态势与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国笔记本电脑市场前景研究报告-市场运营态势与投资前景研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jisuanji/497415497415.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

笔记本电脑是一种小型、可便于携带的个人电脑。在2011年达到顶峰后，自2012年以来，受智能手机和平板电脑等可替代消费电子的快速普及的冲击，我国笔记本电脑出货量整体下滑，行业进入调整期；之后自2019年，冲击不断减少，使得市场回暖；但进入2020年，受疫情影响，出货量再次出现下降。数据显示，2019年，全球笔记本电脑出货量2.61亿台，同比增长4.77%；到2020年一季度，出货量为3790万台，同比下滑2%。

2012年开始行业进入调整期原因分析

资料来源：公开资料整理

2011-2020年一季度全球笔记本电脑出货量情况

数据来源：IDC

目前全球笔记本市场竞争激烈，呈现出较高的市场集中度，市场份额主要集中在惠普、联想等几大品牌商制造商。以2020年一季度数据为例，全球前5大笔记本电脑品牌商依次为惠普、联想、戴尔、苹果、华硕，共占据81.5%的份额。其中惠普稳居行业龙头，市场份额达到了23.5%，出货量为8.9百万台；其次为联想、戴尔、苹果、华硕，其占比分别为21.3%、18.2%、8%、6.6%，其出货量分别为8.1百万台、6.9百万台、6百万台、2.5百万台。

2019年一季度全球前5大笔记本电脑品牌市场占比情况

数据来源：IDC

2020年一季度全球前5大笔记本电脑品牌市场占比情况

数据来源：IDC

2020年一季度全球前5大笔记本电脑品牌出货量情况

数据来源：IDC

展望未来，目前平板电脑对笔记本电脑的冲击正逐步消退，以及轻薄型、二合一笔记本电脑的出现，或将刺激笔记本电脑市场需求，有望拉动笔记本电脑行业进入新一轮增长周期。同时混合型、轻薄型笔记本电脑的出现标志着笔记本电脑正向智能化、便携化、专业化、商务化方向转型，也有望将原本被平板电脑分流掉的一些功能用户重新吸引回来。根据预测分析，预计到2022年全球笔记本电脑出货量将达到1.66亿台。

2020-2022年全球笔记本电脑出货量预测情况

数据来源：公开数据整理

未来发展趋势

未来发展趋势

平板电脑对笔记本电脑的冲击正逐步消退，行业有望迎新一轮增长

未来几年，随着智能手机性能和屏幕的不断发展，以及笔记本电脑变得越来越轻薄，平板电脑作为智能手机和笔记本电脑之间的产物，其核心的视频、游戏等娱乐功能将会进一步萎缩，平板电脑的市场份额也将会进一步被智能手机和笔记本电脑压缩。混合型、轻薄型笔记本

电脑的出现标志着笔记本电脑正向智能化、便携化、专业化、商务化方向转型，有望将原本被平板电脑分流掉的一些功能用户重新吸引回来。同时，在平板电脑市场本身也接近饱和的背景下，很多之前专注于Android平板的制造商现已将目光转投在使用Windows系统的二合一笔记本电脑上。因此，随着平板电脑对笔记本电脑行业的冲击逐步消退以及轻薄型、二合一笔记本电脑的出现，将进一步刺激笔记本电脑市场需求，拉动笔记本电脑行业进入新一轮增长周期。

#### 折叠屏、多屏幕等新技术拉动笔记本换机需求

回顾消费电子产品的历史可以发现，技术进步是行业重要的驱动因素，技术创新和技术路线选择决定了未来市场的方向。具有广泛吸引力的应用场景向笔记本电脑性能提升提出了更高的要求，也是影响未来笔记本电脑市场需求的重要因素。笔记本电脑在过去几年的发展进程中，尽管行业增速很快，但是其终端产品的外观却没有发生太大的变化，各大品牌商之间的产品同质化较为严重，笔记本电脑的创新主要集中在更好的显示屏、触控板和电池续航时间上，而随着折叠屏、多屏幕等新兴技术的成熟，未来在笔记本电脑的应用空间广阔，笔记本电脑的外观形态也将会千变万化。

随着网络的快速发展和用户需求的改变，各大品牌商开始推出多屏幕笔记本电脑，其中微软的Surface知名度较高，联想的YOGA、惠普的EliteBook、华硕的ZenBook Pro等，都表现出了非常不错的产品力。这类笔记本电脑首次采用将主机和键盘分离的形式，在造型上有更多的变化，在便携性上更出色，能够胜任更多的使用场景，极大提高使用者的消费体验感。同时，随着联想发布世界首款可折叠笔记本电脑ThinkPad X1，可以折叠成9.6英寸大小，携带便宜性进一步提高，同时兼容了普通笔记本和平板电脑的功能所使用的场景，也丰富了市场对未来笔记本电脑的发展的想象。因此，在二合一混合笔记本电脑、可折叠显示屏、新型的铰链、双显示屏等新兴技术的推动下，笔记本电脑行业将迎来一场深刻的革新，加速行业的发展。

#### 笔记本电脑行业将在5G时代下快速发展

5G被誉为“数字经济新引擎”，既是人工智能、物联网、云计算、区块链、视频社交等新技术新产业的基础，也将为“中国制造2025”和“工业4.0”提供关键支撑。5G时代下，将对笔记本电脑行业产生深远的影响，

5G时代下，云端将承担更多的计算功能，终端PC将会更加轻便。5G技术带来的低延迟和高网速，可以大幅促进云服务的普及，未来的笔记本电脑将会更加的轻薄，不再需要非常强大的性能，这样机身的尺寸将会进一步的缩减，在便携性上将会更加出众，同时，将需要大量的计算通过网络交给云端去计算，笔记本将会异常的纤薄。

5G时代下，伴随着人工智能快速发展笔记本电脑将会出现全新的交互形式。目前许多电脑都具有深度学习的能力，未来的电脑将会根据消费者的使用习惯，量身打造操作系统，同时电脑不再需要鼠标和键盘，两块纯屏幕将会取代这些输入设备，华硕推出的概念笔记本Project Precog，已经采取这样的设计。全新的交互形式，红外摄像头，眼球追踪，语音控

制等，都让笔记本电脑和用户有了全新的交互形式，提高用户的体验感。

笔记本电脑市场创新加速，生命周期缩短，潜在换机需求较大

消费电子产品存在明显的寿命期限，如笔记本电脑的正常使用寿命通常为2-3

年，作为一个成熟市场，存在较大的更新需求。根据 Trendforce 的统计，2017年笔记本电脑的出货量 1.61 亿台，2020 年开始进入替换期间，假设其在 3年内均匀释放替换需求，则每年有5,300万台的笔记本电脑需要更新。笔记本电脑的替换需求将为笔记本市场整体容量带来较大的正面影响。资料来源：公开资料整理（WW）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国笔记本电脑市场前景研究报告-市场运营态势与投资前景研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国笔记本电脑行业发展概述

#### 第一节 笔记本电脑行业发展情况概述

## 一、笔记本电脑行业相关定义

## 二、笔记本电脑行业基本情况介绍

## 三、笔记本电脑行业发展特点分析

### 第二节 中国笔记本电脑行业上下游产业链分析

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、笔记本电脑行业产业链条分析

#### 三、中国笔记本电脑行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

### 第三节 中国笔记本电脑行业生命周期分析

#### 一、笔记本电脑行业生命周期理论概述

#### 二、笔记本电脑行业所属的生命周期分析

### 第四节 笔记本电脑行业经济指标分析

#### 一、笔记本电脑行业的赢利性分析

#### 二、笔记本电脑行业的经济周期分析

#### 三、笔记本电脑行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国笔记本电脑行业进入壁垒分析

#### 一、笔记本电脑行业资金壁垒分析

#### 二、笔记本电脑行业技术壁垒分析

#### 三、笔记本电脑行业人才壁垒分析

#### 四、笔记本电脑行业品牌壁垒分析

#### 五、笔记本电脑行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球笔记本电脑行业市场发展现状分析

### 第一节 全球笔记本电脑行业发展历程回顾

### 第二节 全球笔记本电脑行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲笔记本电脑行业地区市场分析

#### 一、亚洲笔记本电脑行业市场现状分析

#### 二、亚洲笔记本电脑行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲笔记本电脑行业市场前景分析

### 第四节 北美笔记本电脑行业地区市场分析

#### 一、北美笔记本电脑行业市场现状分析

#### 二、北美笔记本电脑行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美笔记本电脑行业市场前景分析

### 第五节 欧盟笔记本电脑行业地区市场分析

- 一、欧盟笔记本电脑行业市场现状分析
- 二、欧盟笔记本电脑行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟笔记本电脑行业市场前景分析

#### 第六节 全球笔记本电脑行业重点企业分析

##### 一、企业A

- 1、企业介绍
- 2、企业主营产品
- 3、企业经营分析

##### 二、企业B

- 1、企业介绍
- 2、企业主营产品
- 3、企业经营分析

##### 三、企业C

- 1、企业介绍
- 2、企业主营产品
- 3、企业经营分析

#### 第七节 2021-2026年世界笔记本电脑行业分布走势预测

#### 第八节 2021-2026年全球笔记本电脑行业市场规模预测

### 第三章 中国笔记本电脑产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品笔记本电脑总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

#### 第二节 中国笔记本电脑行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国笔记本电脑产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

#### 五、消费观念分析

### 第四章 中国笔记本电脑行业运行情况

#### 第一节 中国笔记本电脑行业发展状况情况介绍

##### 一、行业发展历程回顾

##### 二、行业创新情况分析

##### 三、行业发展特点分析

#### 第二节 中国笔记本电脑行业市场规模分析

#### 第三节 中国笔记本电脑行业供应情况分析

#### 第四节 中国笔记本电脑行业需求情况分析

#### 第五节 中国笔记本电脑行业供需平衡分析

#### 第六节 中国笔记本电脑行业发展趋势分析

### 第五章 中国笔记本电脑所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国笔记本电脑所属行业总体规模分析

##### 一、企业数量结构分析

##### 二、行业资产规模分析

#### 第二节 中国笔记本电脑所属行业产销与费用分析

##### 一、流动资产

##### 二、销售收入分析

##### 三、负债分析

##### 四、利润规模分析

##### 五、产值分析

#### 第三节 中国笔记本电脑所属行业财务指标分析

##### 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

### 第六章 2017-2020年中国笔记本电脑市场格局分析

#### 第一节 中国笔记本电脑行业竞争现状分析

##### 一、中国笔记本电脑行业竞争情况分析

##### 二、中国笔记本电脑行业主要品牌分析

#### 第二节 中国笔记本电脑行业集中度分析



一、中国笔记本电脑行业市场集中度分析

二、中国笔记本电脑行业企业集中度分析

第三节 中国笔记本电脑行业存在的问题

第四节 中国笔记本电脑行业解决问题的策略分析

第五节 中国笔记本电脑行业竞争力分析

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

第七章 2017-2020年中国笔记本电脑行业需求特点与动态分析

第一节 中国笔记本电脑行业消费市场动态情况

第二节 中国笔记本电脑行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 笔记本电脑行业成本分析

第四节 笔记本电脑行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国笔记本电脑行业价格现状分析

第六节 中国笔记本电脑行业平均价格走势预测

一、中国笔记本电脑行业价格影响因素

二、中国笔记本电脑行业平均价格走势预测

三、中国笔记本电脑行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国笔记本电脑行业区域市场现状分析

第一节 中国笔记本电脑行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区笔记本电脑市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区笔记本电脑市场规模分析

四、华东地区笔记本电脑市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区笔记本电脑市场规模分析

四、华中地区笔记本电脑市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区笔记本电脑市场规模分析

四、华南地区笔记本电脑市场规模预测

第九章 2017-2020年中国笔记本电脑行业竞争情况

第一节 中国笔记本电脑行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国笔记本电脑行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国笔记本电脑行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 笔记本电脑行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

### 三、发展现状

### 四、优劣势分析

#### 第二节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、发展现状

##### 四、优劣势分析

#### 第三节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、发展现状

##### 四、优劣势分析

#### 第四节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、发展现状

##### 四、优劣势分析

#### 第五节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、发展现状

##### 四、优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国笔记本电脑行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国笔记本电脑行业未来发展前景分析

#### 一、笔记本电脑行业国内投资环境分析

#### 二、中国笔记本电脑行业市场机会分析

#### 三、中国笔记本电脑行业投资增速预测

### 第二节 中国笔记本电脑行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国笔记本电脑行业市场发展预测

#### 一、中国笔记本电脑行业市场规模预测

#### 二、中国笔记本电脑行业市场规模增速预测

#### 三、中国笔记本电脑行业产值规模预测

#### 四、中国笔记本电脑行业产值增速预测

#### 五、中国笔记本电脑行业供需情况预测

#### 第四节 中国笔记本电脑行业盈利走势预测

- 一、中国笔记本电脑行业毛利润同比增速预测
- 二、中国笔记本电脑行业利润总额同比增速预测

### 第十二章 2021-2026年中国笔记本电脑行业投资风险与营销分析

#### 第一节 笔记本电脑行业投资风险分析

- 一、笔记本电脑行业政策风险分析
- 二、笔记本电脑行业技术风险分析
- 三、笔记本电脑行业竞争风险分析
- 四、笔记本电脑行业其他风险分析

#### 第二节 笔记本电脑行业企业经营发展分析及建议

- 一、笔记本电脑行业经营模式
- 二、笔记本电脑行业销售模式
- 三、笔记本电脑行业创新方向

#### 第三节 笔记本电脑行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

### 第十三章 2021-2026年中国笔记本电脑行业发展战略及规划建议

#### 第一节 中国笔记本电脑行业品牌战略分析

- 一、笔记本电脑企业品牌的重要性
- 二、笔记本电脑企业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、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

#### 第二节 中国笔记本电脑行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

#### 第三节 中国笔记本电脑行业战略综合规划分析

- 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

## 第十四章 2021-2026年中国笔记本电脑行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国笔记本电脑行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国笔记本电脑行业定价策略分析

### 第三节 中国笔记本电脑行业营销渠道策略

- 一、笔记本电脑行业渠道选择策略
- 二、笔记本电脑行业营销策略

### 第四节 中国笔记本电脑行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国笔记本电脑行业重点投资区域分析
- 二、中国笔记本电脑行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jisuanji/497415497415.html>