

2021年中国笔记本电脑行业分析报告- 行业规模现状与发展潜力评估

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国笔记本电脑行业分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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/535722535722.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、便于携带的个人电脑，根据笔记本电脑大小、重量和定位，笔记本电脑一般可以分为台式机替代型、主流型、轻薄型、超便携、游戏型、平板电脑和二合一电脑七类。

笔记本电脑分类

类型

概况

替代型

该类笔记本电脑都拥有最强的性能，从硬件配置上来说，与高端台式机不相上下，处理器方面使用的一般都是使用桌面级处理器。

主流型

这类机型最为常见，是大部分潜在笔记本电脑用户的首选。从配置上来说可以满足各种需求，商务、办公、娱乐、视频、图像等功能的整合已经十分成熟。

轻薄型

这是介于主流机型和迷你型笔记本电脑间的类型，主要是针对追求性价比或者是对于性能和便携性要求较高的商务用户。

超便携型

该类笔记本电脑拥有超小的体积，相对普通轻薄型机种更轻更薄更易于携带，甚至可以随意放进随身的包袋中。

翻转型

平板笔记本是电脑领域的新潮类别，多合一的理念让平板笔记本既可以取代平板电脑，又可以当常规笔记本电脑使用，得到了不少消费者的好感。资料来源：公开资料

一、供应商的议价能力

笔记本电脑是复杂精密的仪器，其上游供应商包括IC、正负极材料、电解液、PCB板等配件，因而供应商拥有较弱的讨价还价能力；其次，对于各种垄断性的产品后软件供应，如微软的电脑系统等，因为市场上没有其他替代性更好的产品，则具有较强的讨价还价能力。

二、购买者的议价能力

首先，对于各种笔记本电脑销售市场，不管是实体店还是网络终端市场，其通常都会选择在市场上具有较大影响力的品牌，因而会根据自身实际出发制定产品售价；其次，我国目前笔记本电脑市场主要采用经销商代理的销售渠道，由于笔记本电脑产品区别不大，因此经销商占有较大主动讨价还价能力。

2018-2021年笔记本电脑整体市场销量情况

数据来源：公开资料

三、新进入者的威胁

笔记本电脑行业现有企业加大对新进企业的反击力度。随着笔记本电脑市场的生产能力提高，利润增加，越来越多的厂商开始加入笔记本电脑产业争夺市场份额，如一些手机制造商或硬件制造商。现企业为了抵御新进入者竞争，采用资源优势、技术优势等措施限制新进入者的加入，从而形成进入壁垒、规模壁垒等。

笔记本电脑行业主要壁垒

壁垒

特点

市场进入壁垒

由于笔记本电脑属于高端精密工业品，下游品牌厂商对工业设计、产品质量、成本控制的要求极为严格，建立了严格的供应商遴选体系。在供应商的选择中，品牌厂商或其代工企业一般会考察供应商的技术实力、生产规模、品质控制、环境保护、劳工保护等一系列综合指标，审核周期一般在1年以上，供应商符合其综合考评后方可获得认证，进入其材料供应商体系，此后每年进行复核。品牌厂商与供应商的合作模式使企业与客户相互依赖，增强了双方的黏性与稳定性，除非供应商产生重大的产品质量问题或者交付周期问题，一般不会轻易更换。对于行业新进入者来说，获取大型客户或知名企业的特殊认证具有较高的难度，对行业新进入者形成了一定的认证壁垒

技术壁垒

笔记本电脑对铝制结构件材料高标准要求贯穿生产加工的各个环节。无论高品质铝合金圆铸锭熔铸制备过程中的各金属元素配比、杂质控制等成分控制，还是后续生产中的模具设计、挤压成型、尺寸精度等内在质量、外观品质、机械和加工性能等工艺控制，不仅具有较高的技术门槛，还需要在下游企业精加工应用中不断改进。此外，高品质、新规格铝合金材料的研发成功对下游行业具有积极的引导作用，其可靠性和经济性得到验证后将形成新的技术壁垒。只有具备了长期的技术积累、持续的研发能力以及专业人员储备才能生产出符合客户要求的产品，对新进入者形成了一定的研发能力和技术储备壁垒

规模壁垒

首先，笔记本电脑铝制结构件生产商需要形成自身的规模优势，才能降低产品的成本，保证企业的利润空间和议价能力；其次，消费电子产品市场具有短时需求量大的特点，对供应商大规模、高质量、快速交付订单的能力要求很高，这就决定了笔记本电脑等消费电子产品铝制结构件材料生产商必须具备足够大的产能和规模，以满足下游企业短时大批量的交货要求。新进入的企业缺乏规模化生产管理的经验，难以在短时间内形成成本、规模方面的优势，因此构成进入壁垒资料来源：公开资料

四、替代品的威胁

笔记本电脑的替代威胁主要来自平板电脑、台式电脑等具有类似功能的产品，但因笔记本电脑的容量大于平板电脑，操作系统优于平板电脑，相对台式电脑又具有便捷性，因此

，完全替代的可能性不大。

五、同业竞争者的竞争程度

随着笔记本电脑比推出之初大幅降价，越来越多的低价位机型层出不穷，在一定程度上降低了消费者对笔记本电脑的心理价位，市场竞争加剧。2020年第三季度联想、华为品牌出货量最大，市场份额分别是38.5%、18.4%；其次华硕、戴尔、惠普、苹果、小米，市场份额分别是10.4%、9.8%、8%、6.4%、3.4%。

2019-2020年Q3笔记本电脑市场品牌出货量占比

数据来源：公开资料（TC）

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。《2021年中国笔记本电脑行业分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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
- 四、笔记本电脑行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、笔记本电脑行业需求主体分析
- 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、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
 - 四、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 欧洲笔记本电脑行业地区市场分析

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

第六节 2021-2026年世界笔记本电脑行业分布走势预测

第七节 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 我国笔记本电脑行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国笔记本电脑行业供需平衡分析

第七节 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影响因素分析

二、中国笔记本电脑行业市场集中度分析

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钻石模型分析

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结构分析

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SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

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、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

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

第四节 笔记本电脑行业竞争力提升策略

一、笔记本电脑行业产品差异性策略

二、笔记本电脑行业个性化服务策略

三、笔记本电脑行业的促销宣传策略

四、笔记本电脑行业信息智能化策略

五、笔记本电脑行业品牌化建设策略

六、笔记本电脑行业专业化治理策略

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

第三节 中国笔记本电脑行业价格策略

第四节 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/535722535722.html>