

2017-2022年中国计算机产业现状调查及发展定位 分析报告

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《2017-2022年中国计算机产业现状调查及发展定位分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jisuanji/286225286225.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

美国计算机市场在2016年第四季度打破记录，共售出了2070万台计算机，比2008年同期上升了24%。继2016年上半年全球个人电脑市场发展遭遇重重限制之后，下半年全球经济进一步复苏，加上个人电脑打出大幅折扣，使全球个人电脑市场出现反弹。全球个人电脑市场2016年全年增长率为2.9%。实际上，全球范围内计算机销量都出现了一致性的增长，这自然受益于计算机售价的整体下调。2016年第四季度，全球计算机市场销量较2008年同期增长了15.2%。计算机销量的增长直接让很多与计算机市场相关的厂商获得了巨大利益，比如Intel、微软和惠普。同时上网本的大受欢迎和Windows 7的发布都刺激了计算机市场的增长。不过，Windows 7对计算机销量的增长所起到的推动作用“很温和的”，虽然消费者开始购买新的硬件以便可以使用Windows7，不过企业用户大多数还没有开始部署。2016年第四季度全球PC销量增长22.1%，创下7年以来最大同比增速，亚太地区表现尤其强劲。随着企业利润恢复以及Windows7的发布，新的PC采购周期已经到来，估计2014-2016年将是PC厂商的“大年”。全球个人电脑市场有望在2016年增长12.6%。新兴的市场地区将对市场复苏起显著作用，预计2016年将有18.5%的增长，超过较为成熟的市场地区。后者2016年增速将达7.2%，2016年增速将超过10%。便携式个人电脑将仍为市场增长主力，2016年出货量将占全球电脑的70%。

国内计算机行业的品牌机厂商主要分为两类：一类是以联想、方正、清华同方为代表的国内品牌厂商，一类是以戴尔、IBM、惠普、康柏为代表的已实现本地化生产的国外品牌厂商。随着信息技术应用的普及和共享性的增强，单纯依据技术构成很难区分品牌的差异，固有的品牌知名度和美誉度在一定程度上固化了电脑的市场格局。其中国内品牌在家用电脑市场上居于领先地位，而国外品牌在商用电脑高端市场上有一定的优势。各厂商为了保持或扩大份额，在各自的细分市场上进行着激烈的竞争。现在各PC厂商处境艰难，急于寻找新的市场增长点。另一方面，农村电脑市场呈现出巨大潜力。目前农村网民已经达11508万，占全国网民近三分之一。其中，由于电脑设备的缺乏，有23%的人借助手机上网，但费用昂贵，没有相应的上网设备已成为农民不上网的首要原因。据估算，我国农村电脑市场规模约100-120亿。尽管迅速增长的农村市场已成为众PC厂商眼中的“肥肉”，但要抢得到，吞得下，还需克服三大难题，即渠道建设、电脑配套服务和针对农村市场特点的功能设计。尽管面临困难，但众PC厂商仍然把战略重点投向了农村市场。在农村市场上，海尔、联想等国产品牌的优势更为明显。未来五年，中国个人电脑市场销量仍将保持增长态势，但是增长速度将进一步减缓。2016年这一市场的销售额有望达到2638亿元。

中国报告网发布的《2017-2022年中国计算机产业现状调查及发展定位分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

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 全球计算机行业发展分析

第一节 2016年全球电脑市场发展现状分析

一、2016年全球电脑市场概述

二、2016年全球PC市场分析

三、2012-2016年全球个人电脑市场分析

四、2012-2016年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 2017-2022年全球电脑市场发展预测

一、2016年全球PC出货量预测

二、2017-2022年全球笔记本电脑市场预测

三、2016年全球工业电脑市场规模预测

四、2016年全球平板电脑出货量预测

五、2016年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 2016年电脑产业市场现状分析

一、2016年我国电子计算机产业发展情况

二、2016年电脑市场发展分析

三、2016年电脑市场热点分析

四、2016年我国工业计算机产业发展特点

五、2016年商用电脑市场分析

六、我国高端容错计算机产业现状分析

七、2016年中国一体电脑市场研究年度报告

八、2016年中国上网本市场

第三节 2016年电脑产业市场预测

一、2016年电脑市场形势分析

二、2016年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

四、2014中国PC产业十大预测

第二部分 计算机行业经济运行数据分析

第四章 中国电子计算机制造业经济运行数据分析

第一节 全国电子计算机制造业主要经济指标

一、全国电子计算机制造业主要经济指标

二、全国电子计算机制造业主要经济指标

第二节 全国电子计算机制造业产品生产情况

一、全国电子计算机制造业生产情况分析

二、全国电子计算机制造业生产情况分析

第三节 全国及各省市电子计算机制造业产销数据分析

一、全国及各省市电子计算机制造业产销数据分析

二、全国及各省市电子计算机制造业产销数据分析

第四节 全国及各省市电子计算机制造业资产负债分析

一、全国及各省市电子计算机制造业资产负债分析

二、全国及各省市电子计算机制造业资产负债分析

第五节 全国及中国各省市电子计算机制造业行业规模分析

- 一、全国及各省市电子计算机制造业行业规模分析
- 二、全国及各省市电子计算机制造业行业规模分析
- 第六节 全国及各省市电子计算机制造业盈利能力分析
- 一、全国及各省市电子计算机制造业盈利能力分析
- 二、全国及各省市电子计算机制造业盈利能力分析

第五章 中国电子计算机整机制造业经济运行数据分析

第一节 全国电子计算机整机制造业主要经济指标

- 一、全国电子计算机整机制造业主要经济指标
- 二、全国电子计算机整机制造业主要经济指标

第二节 全国及各省市电子计算机整机制造业产销数据分析

- 一、全国及各省市电子计算机整机制造业产销数据分析
- 二、全国及各省市电子计算机整机制造业产销数据分析

第三节 全国及各省市电子计算机整机制造业资产负债分析

- 一、全国及各省市电子计算机整机制造业资产负债分析
- 二、全国及各省市电子计算机整机制造业资产负债分析

第四节 全国及中国各省市电子计算机整机制造业行业规模分析

- 一、全国及各省市电子计算机整机制造业行业规模分析
- 二、全国及各省市电子计算机整机制造业行业规模分析

第五节 全国及各省市电子计算机整机制造业盈利能力分析

- 一、全国及各省市电子计算机整机制造业盈利能力分析
- 二、全国及各省市电子计算机整机制造业盈利能力分析

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、2016年台式电脑市场综述
- 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、2016年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 2016年台式电脑市场深度分析

- 一、2016年中国台式电脑市场概述
- 二、2016年中国台式电脑市场结构分析

三、2016年中国台式电脑市场主流厂商分析

第四节 2016年暑期台式机市场消费行为分析

一、2016年度台式机市场消费者调查

二、2016年中国台式电脑市场学生消费行为调查

第五节 2017-2022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 2016年笔记本电脑发展现状分析

一、2016年笔记本行业发展概况

二、2016年中国笔记本市场及出货分析

三、2016年笔记本电脑进出口分析

四、2016年中国笔记本市场热门机型分析

第二节 2016年中国笔记本市场深度分析

一、2016年中国笔记本电脑市场概述

二、2016年中国笔记本电脑市场结构分析

三、2016年中国笔记本电脑市场主流厂商分析

第三节 2016年笔记本市场消费调查

一、2016年消费者暑期购买笔记本倾向调研

二、2016年中国笔记本电脑市场学生消费行为调查

第四节 2017-2022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 2016年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2016年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 2016年中国服务器市场分析

一、2016年中国服务器市场概述

二、2016年中国服务器市场结构分析

三、2016年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、自主创新 引领中国刀片市场应用未来
- 二、2016年服务器技术发展趋势十大预测
- 三、2016年中国服务器市场出货量将达189.6万台
- 四、2016年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 2016年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 2016年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 2016年硬盘市场分析

- 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、2016年固态硬盘出货量将快速成长
- 五、2016年中国硬盘市场趋势预测

第四节 2016年计算机主板市场分析

- 一、2016年计算机主板市场发展概述
- 二、2016年主板市场竞争格局研究
- 三、2016年中国主板市场趋势预测

第五节 2016年计算机内存市场分析

- 一、2016年内存整体市场分析
- 二、DDR内存市场分析

三、2016年内存市场态势五大预测

四、2016年中国内存市场趋势预测

第六节 2016年计算机微处理器（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、2016年中国CPU市场趋势预测

第七节 2016年显示器市场分析

一、全球液晶显示器销售与供应分析

二、2016年中国显示器市场分析

三、2016年中国液晶显示器市场分析

四、2016年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、2016年中国液晶显示器市场趋势预测

第八节 2016年其他组件市场分析

一、2016年音箱市场分析

二、2016年中国激光打印机市场分析

三、2016年中国光存储市场综述

四、2016年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）2016年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、2016年联想惠普领头：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、2016年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、2016年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、2016年联想全球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、2016年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、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第二节 惠普公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 联想集团

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 宏基

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 方正公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第六部分 计算机行业发展趋势及策略

第十四章 2017-2022年电脑行业发展趋势预测

第一节 2017-2022年电脑市场发展趋势

- 一、2017-2022年电脑市场发展趋势

二、2017-2022年台式电脑发展趋势

三、2017-2022年笔记本电脑发展趋势

第二节 2017-2022年计算机市场发展前景预测

一、PC市场发展前景预测

二、PC市场主要增长点预测

三、安全PC市场前景分析

四、“十二五规划”对中国商用PC市场的影响

第三节 2017-2022年计算机外设及配件市场发展前景预测

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、2016年PC媒体服务器市场预测

四、芯片组市场发展前景预测

第十五章 2017-2022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 2017-2022年电脑行业投资策略探讨

第一节 2016年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、2014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 2017-2022年计算机行业投资分析

一、2017-2022年计算机行业增长稳定

二、2017-2022年计算机行业投资机会分析

三、2017-2022年计算机产业投资策略

图表目录

图表：2006-2016年全球PC出货量及增长率

图表：2016年全球笔记型电脑出货

图表：2014笔记型电脑及平板电脑出货分析

图表：2016年全球PC厂商出货情况

图表：2016年四大厂商PC出货量

图表：2016年全球PC厂商出货及市场份额

图表：2008-2016年世界笔记本电脑销售趋势

图表：2016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：2016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：2014-2016年高端错容计算机市场规模

图表：高端容错计算机市场(non-X86)格局(销售额)

图表：2016年中国一体电脑市场品牌关注比例分布

图表：2013 - 2016年中国一体电脑市场品牌关注比例对比

图表：2016年Q1 - Q4中国一体电脑市场品牌关注排名对比

图表：2016年中国一体电脑市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2016年中国一体电脑市场不同类型产品关注比例分布

图表：2016年中国一体电脑市场联想、苹果、惠普品牌关注比例走势

图表：2016年中国一体电脑市场联想、苹果、惠普市售产品数量对比

图表：2016年中国一体电脑市场联想、苹果、惠普单产品关注率对比

图表：2016年中国上网本市场品牌关注比例分布

图表：2013 - 2016年中国上网本市场品牌关注比例对比

图表：2016年Q1 - Q4中国上网本市场品牌关注排名对比

图表：2016年中国上网本市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2016年中国上网本市场不同处理器产品关注比例分布

图表：2016年中国上网本市场联想、华硕、三星品牌关注比例走势

图表：2016年中国上网本市场联想、华硕、三星市售产品数量对比

(GYzjy)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jisuanji/286225286225.html>