

2020年中国PC行业投资分析报告- 市场现状调查与发展规划趋势

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《2020年中国PC行业投资分析报告-市场现状调查与发展规划趋势》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/496600496600.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

知名研究公司Canalys发布最新报告预测，2020年全球PC（含平板电脑）出货量将下降7%。Canalys还预计，全球个人电脑市场将在2021年保持平稳，并在2022年恢复2%的增长。

PC即Personal Computer，中文意思是个人计算机或者个人电脑。是电子计算机的其中一种，包括了传统的台式电脑、DIY电脑、笔记本电脑、以及近年来开始流行的平板电脑、一体机电脑、超级本、掌上电脑、嵌入式计算机等。是一种大小、价格和性能适用于个人使用的多用途计算机。

电子计算机的分类

名称

定义

特点

超级计算机

通常是指由数百数千甚至更多的处理器(机)组成的、能计算普通PC机和服务器不能完成的大型复杂课题的计算机。

超级计算机是计算机中功能最强、运算速度最快、存储容量最大的一类计算机，是国家科技发展水平和综合国力的重要标志超级计算机拥有最强的并行计算能力，主要用于科学计算。

网络计算机

专指某些高性能计算机，能通过网络,对外提供服务。

相对于普通电脑来说，稳定性、安全性、性能等方面都要求更高，因此在CPU、芯片组、内存、磁盘系统、网络等硬件和普通电脑有所不同。服务器是网络的节点，存储、处理网络上80%的数据、信息，在网络中起到举足轻重的作用。

工业控制计算机

专指某些高性能计算机，能通过网络，对外提供服务。

在计算机外部又增加一部分过程输入输出通道，用来完成工业生产过程的检测数据送入计算机进行处理;另一方面将计算机要行使对生产过程控制的命令、信息转换成工业控制对象的控制变量的信号，再送往工业控制对象的控制器去。

个人电脑

指一种大小、价格和性能适用于个人使用的多用途计算机。

随着科学技术的飞速发展,电子产品在生活与工作中被广泛使用，特别是在工作中，大部分事务都由计算机处理。数据来源：公开资料整理

根据Canalys的最新报告，2020年一季度，受到疫情影响，供应链上产生了限制导致PC出货量下降。2020Q1全球PC出货量为5.37亿台，与2019年同期相比下降了8%，这是自2016年以来出现的最大跌幅。

2018Q1-2020Q1全球PC出货量 数据来源：Canalys

根据数据显示，2020Q1联想PC出货量为1.28亿台，市占率23.9%，位列全球第一；惠普、戴尔紧随其后，PC出货量分别为1.17、1.05亿台，市占率分别为21.8%、19.6%；苹果和宏碁分别排名第四、第五，PC出货量分别为0.32、0.31亿台，市占率分别为6%、5.8%；其他厂商PC出货量1.23亿台，市占率22.9%。相比2019Q1，PC出货量除了戴尔增加了1.1%，联想、惠普、苹果、宏碁均有所下降，同比分别减少4.4%、13.8%、21%、12.6%。

2019Q1、2020Q1全球PC厂商出货量 数据来源：Canalys

2020Q1全球PC厂商市占率 数据来源：Canalys

由于疫情造成的经济衰退不可避免，出货量产生下滑已是大势所趋，但最糟糕的时期已经过去，第一季度的需求增长加上PC供应链恢复正常。具体到中国市场，Canalys预计今年第二三四季度的下滑幅度将小于第一季度，最终在2021年将实现4%的增长。（LJ）

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PC行业投资分析报告-市场现状调查与发展规划趋势》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PC行业发展概述

第一节 PC行业发展情况概述

- 一、PC行业相关定义
- 二、PC行业基本情况介绍
- 三、PC行业发展特点分析

第二节 中国PC行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、PC行业产业链条分析
- 三、中国PC行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国PC行业生命周期分析

- 一、PC行业生命周期理论概述
- 二、PC行业所属的生命周期分析

第四节 PC行业经济指标分析

- 一、PC行业的赢利性分析
- 二、PC行业的经济周期分析
- 三、PC行业附加值的提升空间分析

第五节 中国PC行业进入壁垒分析

- 一、PC行业资金壁垒分析
- 二、PC行业技术壁垒分析
- 三、PC行业人才壁垒分析
- 四、PC行业品牌壁垒分析
- 五、PC行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球PC行业市场发展现状分析

第一节 全球PC行业发展历程回顾

第二节 全球PC行业市场区域分布情况

第三节 亚洲PC行业地区市场分析

- 一、亚洲PC行业市场现状分析
- 二、亚洲PC行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲PC行业市场前景分析

第四节 北美PC行业地区市场分析

一、北美PC行业市场现状分析

二、北美PC行业市场规模与市场需求分析

三、北美PC行业市场前景分析

第五节 欧盟PC行业地区市场分析

一、欧盟PC行业市场现状分析

二、欧盟PC行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟PC行业市场前景分析

第六节 全球PC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PC行业分布走势预测

第八节 2021-2026年全球PC行业市场规模预测

第三章 中国PC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PC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PC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PC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PC行业运行情况

第一节 中国PC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PC行业市场规模分析

第三节 中国PC行业供应情况分析

第四节 中国PC行业需求情况分析

第五节 中国PC行业供需平衡分析

第六节 中国PC行业发展趋势分析

第五章 中国PC所属行业运行数据监测

第一节 中国PC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PC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PC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PC市场格局分析

第一节 中国PC行业竞争现状分析

一、中国PC行业竞争情况分析

二、中国PC行业主要品牌分析

第二节 中国PC行业集中度分析

一、中国PC行业市场集中度分析

二、中国PC行业企业集中度分析

第三节 中国PC行业存在的问题

第四节 中国PC行业解决问题的策略分析

第五节 中国PC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PC行业需求特点与动态分析

第一节 中国PC行业消费市场动态情况

第二节 中国PC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 PC行业成本分析

第四节 PC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PC行业价格现状分析

第六节 中国PC行业平均价格走势预测

一、中国PC行业价格影响因素

二、中国PC行业平均价格走势预测

三、中国PC行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国PC行业区域市场现状分析

第一节 中国PC行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区PC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PC市场规模分析

四、华东地区PC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PC市场规模分析

四、华中地区PC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PC市场规模分析

四、华南地区PC市场规模预测

第九章 2017-2020年中国PC行业竞争情况

第一节 中国PC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PC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PC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 PC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PC行业发展前景分析与预测

第一节 中国PC行业未来发展前景分析

- 一、PC行业国内投资环境分析
- 二、中国PC行业市场机会分析
- 三、中国PC行业投资增速预测

第二节 中国PC行业未来发展趋势预测

第三节 中国PC行业市场发展预测

- 一、中国PC行业市场规模预测

二、中国PC行业市场规模增速预测

三、中国PC行业产值规模预测

四、中国PC行业产值增速预测

五、中国PC行业供需情况预测

第四节 中国PC行业盈利走势预测

一、中国PC行业毛利润同比增速预测

二、中国PC行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国PC行业投资风险与营销分析

第一节 PC行业投资风险分析

一、PC行业政策风险分析

二、PC行业技术风险分析

三、PC行业竞争风险分析

四、PC行业其他风险分析

第二节 PC行业企业经营发展分析及建议

一、PC行业经营模式

二、PC行业销售模式

三、PC行业创新方向

第三节 PC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PC行业发展战略及规划建议

第一节 中国PC行业品牌战略分析

一、PC企业品牌的重要性

二、PC企业实施品牌战略的意义

三、PC企业品牌的现状分析

四、PC企业的品牌战略

五、PC品牌战略管理的策略

第二节 中国PC行业市场的重点客户战略实施

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PC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PC行业发展策略及投资建议

第一节 中国PC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PC行业定价策略分析

第三节 中国PC行业营销渠道策略

一、PC行业渠道选择策略

二、PC行业营销策略

第四节 中国PC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PC行业重点投资区域分析

二、中国PC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/496600496600.html>