2009-2012年中国笔记本电脑市场深度调研与投资咨询分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2009-2012年中国笔记本电脑市场深度调研与投资咨询分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：http://www.cction.com/report/200904/16722.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一章 2008-2009年世界笔记本电脑行业整体运营状况分析

第一节 2008-2009年世界电脑产业运行环境分析

第二节 世界笔记本电脑市场动态分析

一、2009年一季度全球笔记本电脑产量增长35%

二、华硕拟明年将笔记本电脑产量提高77%

三、惠普2009年第一季度在美PC销量超过戴尔荣登榜首

第三节2008-2009年世界笔记本电脑行业市场运行格局

一、世界笔记本电脑市场运行特征分析

二、世界主要笔记本电脑品牌综述

三、世界笔记本电脑新技术进展

第三节 2008-2009年世界主要国家运行笔记本电脑分析

一、美国

二、日本

三、韩国

第四节 2009-2012年世界笔记本电脑行业发展趋势分析

第二章2008-2009年中国笔记本电脑行业市场运行环境解析

第一节 2008-2009年中国宏观经济经济环境分析

一、扩大内需保增长政策解析

二、中国GDP分析

三、中国CPI指数分析

四、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

第二节2008-2009年中国笔记本电脑市场政策环境分析

一、行业政策

二、相关行业政策

三、法律法规

第三节2008-2009年中国笔记本电脑市场技术环境分析

一、产品配置兼容的发展

二、电池配件技术的革新

第四节2008-2009年中国笔记本电脑市场社会环境分析

第三章 2008-2009年中国笔记本电脑行业市场运行态势剖析
第一节 2008-2009年中国笔记本电脑行业动态分析
一、联想3G笔记本电脑全面上市
二、山寨笔记本打开市场
三、中国移动正式推出29款定制G3笔记本
第二节2008-2009年中国笔记本电脑市场发展现状分析
一、电脑产业在国民经济中的作用
二、笔记本已经真正到达了全民普及阶段
三、大屏幕笔记本时代尚末到来
第三节 2008-2009年中国笔记本电脑技术新进展
一、浅谈09年商务笔记本新技术
二、华硕P系列商务笔记本 配备最新防盗技术
第四节 2008-2009年中国笔记本电脑产业存在的问题分析

第四章 2008-2009年中国笔记本电脑业内热点产品运营态势分析
第一节 2008-2009年中国笔记本电脑市场
一、惠普调整笔记本策略 09主打13寸市场
二、“上网本”拉低电脑整体售价
三、宏基笔记本销量将提前超越惠普
四、四月上旬面板价持续上扬
第二节 2008-2009年中国笔记本电脑市场供给情况分析
一、2007年全球笔记本电脑产量突破9000万
二、2008年中国笔记本电脑产量分析
三、2007-2008年中国笔记本电脑增长性分析
三、中低端笔记本缺货大批经销商转投山寨本
第三节2008-2009年中国笔记本电脑需求情况分析
一、笔记本电脑销量占电脑销量六成
二、杭州笔记本电脑销量猛增
三、中关村笔记本备战五一小长假市场动态
第四节2008-2009年中国笔记本电脑价格分析
一、“上网本”拉低电脑整体售价
二、十大品牌笔记本电脑电脑价格同比分析

三、影响市场价格的因素分析

第五章2008-2009年中国笔记本电脑市场销售渠道及策略分析
第一节 中国笔记本电脑市场销售终端的基本类型
一、中国笔记本电脑市场各终端的基本特点
二、各类笔记本电脑终端的分布格局
三、笔记本电脑市场的主要销售模式
第二节 笔记本电脑企业主要渠道模式分析
一、区域代理
二、买断品牌
三、特许经营
第三节2008-2009年中国笔记本电脑市场销售分析
一、渠道增值能力备受关注
二、更多渠道青睐笔记本电脑
三、消费渠道浮出水面
第四节 中国笔记本电脑在不同渠道销售情况
一、笔记本电脑渠道策略分析
二、代理商选择策略
三、渠道的本土化策略
四、品牌联合策略

第六章 2008-2009年中国笔记本电脑市场消费调查
第一节 消费者购买、使用笔记本电脑情况分析
一、消费者拥有笔记本电脑的比率
二、购买笔记本电脑考虑最多的因素
第二节 笔记本电脑的配置
一、品牌和价格
二、售后服务
三、笔记本电脑的产地
第三节 购买笔记本的主要用途
一、基本的需求 （文字处理、收发邮件和下载数据）
二、音乐播放

三、DVD播放
四、视频聊天
五、图片编辑
第三节 进阶功能和需求调查
一、购买笔记本电脑时消费者对具体功能参数的要求
二、购买笔记本电脑时消费者对具体配置的要求
三、消费者对品牌的认知调查
四、国产品牌和进口品牌产品的调查
五、笔记本电脑产品的价位调查

第七章 2008-2009年中国笔记本电脑市场竞争格局透析
第一节2008-2009年中国笔记本电脑市场竞争格局
一、笔记本与台式机平分秋色
二、中外笔记本厂商面临三大竞争焦点透析
三、G3笔记本“独家合作”模式力压竞争对手
第二节2008-2009年中国笔记本电脑行业竞争现状
一、品牌竞争分析
二、价格竞争分析
三、营销方式竞争分析
第三节 2008-2009年中国笔记本电脑行业集中度分析
一、市场集中度分析
二、区域集中度分析
第四节2009-2012年中国笔记本电脑行业竞争趋势分析

第八章 2008-2009年中国笔记本电脑优势企业竞争力及关键性数据分析
第一节 联想控股有限公司
一、企业基本概况
二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
三、2008-2009年企业竞争优势分析
四、企业未来发展战略与规划
第二节 上海惠普有限公司
一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
三、2008-2009年企业竞争优势分析
四、企业未来发展战略与规划
第三节 苏州三星电子电脑有限公司
一、企业基本概况
二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
三、2008-2009年企业竞争优势分析
四、企业未来发展战略与规划
第四节 东芝信息机器（杭州）有限公司
一、企业基本概况
二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
三、2008-2009年企业竞争优势分析
四、企业未来发展战略与规划
第五节 戴尔（中国）有限公司
一、企业基本概况
二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
三、2008-2009年企业竞争优势分析
四、企业未来发展战略与规划
第六节 北大方正科技有限公司
一、企业基本概况
二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
三、2008-2009年企业竞争优势分析
四、企业未来发展战略与规划

第九章 2009-2012年中国笔记本电脑行业发展趋势与前景展望
第一节2009-2012年中国笔记本电脑发展前景分析
第二节2009-2012年中国笔记本电脑行业发展趋势分析
一、大屏幕笔记本电脑有望台式机
二、小屏幕笔记本电脑会持续升温
三、采用3D液晶显示面板的笔记本电脑有望问世
四、无线方案多元化
五、触摸屏将成市场主流

六、笔记本电脑技术呈现四大趋势
第三节2009-2012年中国笔记本市场预测分析
一、未来市场供给情况预测分析
二、未来市场供给需求情况预测分析
第四节 2009-2012年中国笔记本电脑市场盈利预测分析

第十章 2009-2012年中国笔记本电脑行业投资机会与风险规避指引
第一节2009-2012年中国笔记本电脑行业投资周期分析
第二节2009-2012年中国笔记本电脑行业投资机会分析
一、投资热点分析
二、区域投资潜力分析
三、与产业链相关的投资机会分析
第三节 2009-2012年中国笔记本电脑行业投资风险预警
一、宏观调控政策风险
二、市场竞争风险
三、原料供给风险
四、市场运营机制风险
第四节2009-2012年中国笔记本电脑行业投资规划指引

图表目录：

图表：消费者拥用笔记本的比率
图表：计划一年内购置笔记本的比率对比分析
图表：用笔记本播放高清影片的选择
图表：购买笔记本考虑的因素调查分析
图表：购买笔记本的主要用途调查分析
图表：消费者对笔记本具体功能要求对比分析
图表：消费者对笔记本电脑屏幕尺寸的要求调查分析
图表：消费者对笔记本电脑屏幕尺寸重点分布
图表：不需要独立显卡的笔记本电脑尺寸
图表：消费者对笔记本独立显卡的选择
图表：消费者对笔记本独立显卡需求情况分析

图表：消费者购买双显卡能支付的幅度
图表：消费者对笔记本处理品的选择
图表：消费者对笔记本处理器核心数目的需求
图表：消费者对笔记本电脑CPU选择
图表：消费者对笔记本电脑内存的选择
图表：消费者对笔记本电脑硬盘的选择
图表：消费者对笔记本高清影片及大容量电池的选择
图表：消费者对笔记本重量的选择
图表：消费者对笔记本读卡器的选择
图表：消费者对笔记本HDMI的选择
图表：消费者对笔记本光驱的选择
图表：消费者对笔记本电脑摄像头的选择
图表：消费者对笔记本电脑无线网卡的选择
图表：消费者对笔记本指纹识别的选择
图表：消费者对笔记本电脑正版系统的选择
图表：消费者对笔记本电脑品牌选择的选择
图表：消费者对笔记本价格的选择的选择
图表：联想控股有限公司销售收入情况
图表：联想控股有限公司盈利指标情况
图表：联想控股有限公司盈利能力情况
图表：联想控股有限公司资产运行指标状况
图表：联想控股有限公司资产负债能力指标分析
图表：联想控股有限公司成本费用构成情况
图表：上海惠普有限公司销售收入情况
图表：上海惠普有限公司盈利指标情况
图表：上海惠普有限公司盈利能力情况
图表：上海惠普有限公司资产运行指标状况
图表：上海惠普有限公司资产负债能力指标分析
图表：上海惠普有限公司成本费用构成情况
图表：苏州三星电子电脑有限公司销售收入情况
图表：苏州三星电子电脑有限公司盈利指标情况
图表：苏州三星电子电脑有限公司盈利能力情况

图表：苏州三星电子电脑有限公司资产运行指标状况
图表：苏州三星电子电脑有限公司资产负债能力指标分析
图表：苏州三星电子电脑有限公司成本费用构成情况
图表：东芝信息机器（杭州）有限公司销售收入情况
图表：东芝信息机器（杭州）有限公司盈利指标情况
图表：东芝信息机器（杭州）有限公司盈利能力情况
图表：东芝信息机器（杭州）有限公司资产运行指标状况
图表：东芝信息机器（杭州）有限公司资产负债能力指标分析
图表：东芝信息机器（杭州）有限公司成本费用构成情况
图表：戴尔（中国）有限公司销售收入情况
图表：戴尔（中国）有限公司盈利指标情况
图表：戴尔（中国）有限公司盈利能力情况
图表：戴尔（中国）有限公司资产运行指标状况
图表：戴尔（中国）有限公司资产负债能力指标分析
图表：戴尔（中国）有限公司成本费用构成情况
图表：北大方正科技有限公司销售收入情况
图表：北大方正科技有限公司盈利指标情况
图表：北大方正科技有限公司盈利能力情况
图表：北大方正科技有限公司资产运行指标状况
图表：北大方正科技有限公司资产负债能力指标分析
图表：北大方正科技有限公司成本费用构成情况
图表：2009-2012年中国笔记本电脑行业市场消费量预测
图表：2009-2012年中国笔记本电脑行业市场前景预测
图表：2009-2012年中国笔记本电脑行业市场价格走势预测
图表：2009-2012年中国笔记本电脑行业发展前景预测
略.....

详细请访问：http://www.cction.com/report/200904/16722.html