

2016-2022年中国台式机市场监测及投资决策咨询报告

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

《2016-2022年中国台式机市场监测及投资决策咨询报告》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/201512/128874.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

台式机，是一种独立相分离的计算机，完完全全跟其它部件无联系，相对于笔记本和上网本体积较大，主机、显示器等设备一般都是相对独立的，一般需要放置在电脑桌或者专门的工作台上。因此命名为台式机。

报告目录：

第一部分整体行业价格分析分析

第一章台式机发展简述及产品分类1

第一节台式机发展简述及特点性能1

一、台式机发展简述1

二、台式机的特点2

三、台式机性能指标2

第二节台式机产业发展概况及应用4

一、台式机产业发展概况4

二、台式机发展与应用4

第二章全球台式机整体行业发展分析17

第一节2014-2015年全球台式机发展展望17

一、2014-2015年全球台式机市场分析17

二、2014-2015年全球台式机市场分析18

第二节2016-2022年全球台式机市场发展预测21

一、2014-2015年全球台式机市场预测21

二、2015年全球台式机市场预测22

第三章台式机市场发展概况24

第一节国内台式机发展状况分析24

一、我国台式机产业发展展望24

二、国内台式机产业发展特点分析25

第二节2014-2015年台式机产业市场现状分析27

一、2014-2015年我国台式机产业发展情况27

- 二、2014-2015年台式机市场格局27
- 三、2014-2015年台式机市场热点分析28
- 四、2014-2015年中国台式电脑市场结构分析30
- 五、2014-2015年中国台式电脑市场主流厂商分析35
- 第三节2014-2015年暑期台式机市场消费行为分析39
 - 一、2014-2015年度台式机市场消费者调查39
 - 二、2014-2015年中国台式电脑市场学生消费行为调查42
- 第四节2013-2015年中国一体电脑市场研究年度报告45
 - 一、2014-2015年中国一体电脑市场概述45
 - 二、2014-2015年中国一体电脑市场结构分析46
 - 三、2014-2015年中国一体电脑市场主流厂商分析50
 - 四、2016-2022年中国一体电脑市场趋势预测53

第二部分主要配件市场分析

第四章台式机主要配件市场分析55

第一节2014-2015年中国硬件市场品牌调查分析55

- 一、CPU55
- 二、内存63
- 三、硬盘73
- 四、主板82
- 五、显卡100
- 六、光驱114
- 七、机箱124
- 八、电源134
- 九、散热器145

第二节2014-2015年中国计算机外设市场品牌调查分析156

- 一、液晶显示器156
- 二、CRT显示器168
- 三、音箱171
- 四、键盘鼠标182

第三节2014-2015年硬盘市场分析210

- 一、硬盘出货量分析210

- 二、移动硬盘市场增长情况212
- 三、企业级SSD市场缺乏标准216
- 四、2014-2015年固态硬盘出货量将快速成长217
- 五、2013-2015年中国硬盘市场趋势预测219
- 第四节2014-2015年计算机主板市场分析222
 - 一、2014-2015年计算机主板市场发展概述222
 - 二、2014-2015年主板市场监测研究222
 - 三、2013-2015年中国主板市场趋势预测222
- 第五节2014-2015年计算机内存市场分析224
 - 一、2014-2015年内存整体市场分析224
 - 二、DDR内存市场分析225
 - 三、2014-2015年内存市场态势五大预测228
 - 四、2013-2015年中国内存市场趋势预测229
- 第六节2014-2015年计算机微处理器（CPU）市场分析232
 - 一、CPU市场竞争概况232
 - 二、CPU出货分析235
 - 三、英特尔处理器产品近期价格趋向236
 - 四、国产CPU（龙芯）的前景237
 - 五、2013-2015年中国CPU市场趋势预测240
- 第七节2014-2015年显示器市场分析242
 - 一、全球液晶显示器销售与供应分析242
 - 二、2014-2015年中国显示器市场分析243
 - 三、2014-2015年中国液晶显示器市场分析251
 - 四、2014-2015年中国显示器产量分析253
 - 五、显示器市场未来的发展趋势预测262
 - 六、2013-2015年中国液晶显示器市场趋势预测265
- 第八节2014-2015年其他组件市场分析268
 - 一、2014-2015年音箱市场分析268
 - 二、2014-2015年中国激光打印机市场分析274
 - 三、2014-2015年中国光存储市场综述287
 - 四、2014-2015年中国存储卡市场分析288
 - 五、显卡市场现状分析291

(一) 整合产品有待提升显卡将保持高速发展291

(二) 2013-2015年中国显卡市场趋势预测293

第三部分市场营销分析

第五章台式机市场的销售渠道分析295

第一节国内PC销售渠道回顾295

一、戴尔直销模式中国失灵295

二、长城电脑销售渠道的变更297

三、联想营销渠道的变革298

四、国内PC销售主流方式305

第二节台式机产品渠道趋势分析306

第三节台式机产品的渠道新举措314

一、台式机营销新模式314

二、商用PC渠道分析315

三、2014-2015年联想惠普领头：商用PC产品渠道双线博弈316

四、PC销售渠道之变：上网开店317

第四节台式机产品销售市场问题分析319

一、国内低价PC遭遇市场尴尬319

二、戴尔直销模式遭遇严峻挑战320

三、电脑城渠道将被边缘化321

第六章台式机整体行业营销策略分析322

第一节主要电脑品牌营销策略分析322

一、联想客户营销策略322

二、惠普的营销策略323

三、戴尔改变销售政策325

四、苹果PC营销策略327

五、海尔电脑渠道策略329

第二节服务器营销策略分析331

一、联想服务器营销战略331

二、HP服务器中国大陆市场策略简析332

三、长城服务器渠道策略334

第三节惠普营销分析335

一、惠普中国市场营销模式335

二、HP服务器市场及战略339

第四部分竞争格局分析

第七章台式机市场的竞争格局分析343

第一节台式机市场整体竞争格局343

一、台式机竞争格局分析343

二、国产PC品牌市场份额分析344

第二节台式机市场竞争状况355

一、2014-2015年台式机整体行业的营销竞争355

二、台式机市场竞争将加剧357

第三节品牌PC竞争状况358

一、品牌PC竞争趋势358

二、2014-2015年联想全球PC市场占有率首超10%359

三、本土PC品牌竞争力缺失359

第四节台式机外设及配件市场监测363

一、国内显示器市场竞争概况363

二、主板芯片组市场竞争状况365

三、2014-2015年光驱市场监测分析366

第八章国内外整体行业领先企业分析367

第一节DELL公司367

一、企业简介367

二、市场动态369

三、经营业绩371

四、公司战略372

第二节惠普公司376

一、企业简介376

二、市场动态376

三、经营业绩378

四、公司战略381

第三节联想集团381

一、企业简介381

二、市场动态384

三、经营业绩386

四、公司战略388

第四节宏基390

一、企业简介390

二、市场动态390

三、经营业绩395

四、公司战略396

第五节方正公司400

一、企业简介400

二、市场动态401

三、2014-2015年方正告别PC401

四、公司战略406

第六节同方股份408

一、企业简介408

二、市场动态409

三、经营业绩412

四、公司战略413

第七节长城计算机公司415

一、企业简介415

二、市场动态415

三、经营业绩417

四、公司战略417

第八节海尔集团420

一、企业简介420

二、市场动态423

三、经营业绩425

四、公司战略426

第五部分市场态势分析与策略

第九章2016-2022年台式机整体行业发展趋势预测432

第一节2016-2022年台式机市场发展趋势432

一、2016-2022年台式机市场发展有利因素432

二、2016-2022年台式机发展不利因素432

三、2016-2022年台式机市场结构预测433

第二节2016-2022年台式机市场发展前景预测433

一、PC市场发展前景预测433

二、PC市场主要增长点预测436

三、安全PC市场前景分析440

四、“十三五规划”对中国商用PC市场的影响441

第三节2016-2022年台式机外设及配件市场发展前景预测442

一、未来五年投影机市场增长预测442

二、彩色激光打印机市场预测444

三、键盘鼠标市场分析预测446

四、PC媒体服务器市场预测447

六、芯片组市场发展前景预测447

第十章2016-2022年台式机整体行业发展策略分析449

第一节台式机营销模式分析449

一、专注产品应用的营销策略449

二、多元化的事件营销策略449

三、跨整体行业的品牌联合营销策略449

四、国际PC厂商在新兴市场的营销策略450

第二节台式机整体行业发展策略451

一、应用创新将引领电脑整体行业发展451

二、电脑下乡发展策略454

三、PC企业融合营销模式456

四、品牌电脑的定位分析与适用范围458

五、PC企业促销策略研究461

第十一章2016-2022年台式机整体行业市场监测466

第一节2016-2022年台式机市场监测466

- 一、全球硬件整体行业状况466
- 二、国内硬件整体行业现状467
- 三、上市公司运行状况分析467
- 四、整体行业未来总体判断及关注热点468
- 五、整体行业市场监测469
- 第二节2016-2022年台式机整体行业投资分析469
 - 一、2016-2022年台式机整体行业增长稳定469
 - 二、2016-2022年台式机整体行业投资机会分析470
 - 三、2016-2022年台式机产业投资策略472

图表目录：

- 图表：2014-2015年全球PC出货量及增长率17
- 图表：2014-2015年三季度四大厂商PC出货量18
- 图表：2014-2015年三季度全球PC厂商出货及市场份额19
- 图表：2014-2015年中国台式电脑市场品牌关注比例分布31
- 图表：2014-2015年中国台式电脑市场品牌关注比例对比31
- 图表：2014-2015年Q1-Q3中国台式电脑市场品牌关注排名对比32
- 图表：2014-2015年中国台式电脑市场品牌成长指数对比33
- 图表：2014-2015年中国台式电脑市场不同价格段产品关注比例分布34
- 图表：2014-2015年中国台式电脑市场不同类型产品关注比例分布35
- 图表：2014-2015年中国台式电脑市场联想、戴尔、惠普品牌关注比例走势36
- 图表：2014-2015年中国台式电脑市场神舟、方正、清华同方品牌关注比例走势37
- 图表：2014-2015年中国台式电脑市场主流品牌市售产品数量对比38
- 图表：2014-2015年中国台式电脑市场主流品牌单产品关注率对比39
- 图表：台式购买普及率40
- 图表：购买考虑因素40
- 图表：台式机的购买价位41
- 图表：台式机购买场所42
- 图表：2014-2015年新学期影响参与调查的学生消费者选择台式机的原因43
- 图表：2014-2015年新学期影响参与调查的学生消费者对台式机类型的偏好44
- 图表：2014-2015年新学期参与调查的学生消费者选择DIY攒机的原因44
- 图表：2014-2015年中国一体电脑市场品牌关注比例分布47

图表：2014-2015年中国一体电脑市场品牌关注比例对比47

图表：2014-2015年Q1-Q3中国一体电脑市场品牌关注排名对比48

图表：2014-2015年中国一体电脑市场不同价格段产品关注比例分布49

图表：2014-2015年中国一体电脑市场不同类型产品关注比例分布50

图表：2014-2015年中国一体电脑市场联想、苹果、惠普品牌关注比例走势51

图表：2014-2015年中国一体电脑市场联想、苹果、惠普市售产品数量对比52

图表：2014-2015年中国一体电脑市场联想、苹果、惠普单产品关注率对比53

图表：2014-2015年中国CPU市场品牌关注比例分布57

图表：2014-2015年中国CPU市场品牌关注比例对比57

图表：2014-2015年Q1-Q3中国CPU市场品牌关注排名对比58

图表：2014-2015年中国CPU市场不同价格段产品关注比例分布58

图表：2014-2015年中国CPU市场不同制作工艺产品关注比例分布59

图表：2014-2015年中国CPU市场不同区域关注比例分布60

图表：2014-2015年中国CPU市场主流品牌关注比例走势61

图表：2014-2015年中国CPU市场Intel、AMD市售产品数量对比62

图表：2014-2015年中国CPU市场Intel、AMD单产品关注率对比63

图表：2014-2015年中国内存市场品牌关注比例分布65

图表：2014-2015年中国内存市场品牌关注比例对比65

图表：2014-2015年Q1-Q3中国内存市场品牌关注排名对比66

图表：2014-2015年中国内存市场品牌成长指数对比67

图表：2014-2015年中国内存市场不同价格段产品关注比例分布68

图表：2014-2015年中国内存市场不同容量产品关注比例分布69

图表：2014-2015年中国内存市场不同区域关注比例分布70

图表：2014-2015年中国内存市场主流品牌关注比例走势71

图表：2014-2015年中国内存市场金士顿、威刚、宇瞻市售产品数量对比72

图表：2014-2015年中国内存市场金士顿、威刚、宇瞻单产品关注率对比73

图表：2014-2015年中国硬盘市场品牌关注比例分布75

图表：2014-2015年中国硬盘市场品牌关注比例对比75

图表：2014-2015年Q1-Q3中国硬盘市场品牌关注排名对比76

图表：2014-2015年中国硬盘市场不同价格段产品关注比例分布77

图表：2014-2015年中国硬盘市场不同容量产品关注比例分布78

图表：2014-2015年中国硬盘市场不同区域关注比例分布79

图表：2014-2015年中国硬盘市场主流品牌关注比例走势80

图表：2014-2015年中国硬盘市场希捷、西部数据、日上市售产品数量对比81

图表：2014-2015年中国硬盘市场希捷、西部数据、日立单产品关注率对比82

图表：2014-2015年中国主板市场品牌关注比例分布84

图表：2014-2015年中国主板市场品牌关注比例对比84

图表：2014-2015年中国整合主板市场品牌关注比例分布86

图表：2014-2015年中国整合主板市场品牌关注比例对比86

图表：2014-2015年中国非整合主板市场品牌关注比例分布87

图表：2014-2015年中国非整合主板市场品牌关注比例对比88

图表：2014-2015年中国Intel平台主板市场品牌关注比例分布89

图表：2014-2015年中国Intel平台主板市场品牌关注比例对比89

图表：2014-2015年中国AMD平台主板市场品牌关注比例分布90

图表：2014-2015年中国AMD平台主板市场品牌关注比例对比91

图表：2014-2015年Q1-Q3中国主板市场品牌关注排名对比91

图表：2014-2015年中国主板市场品牌成长指数对比92

图表：2014-2015年中国主板市场不同价格段产品关注比例分布93

图表：2014-2015年中国主板市场不同集成类型产品关注比例分布94

图表：2014-2015年中国主板市场不同主芯片组产品关注比例分布95

图表：2014-2015年中国主板市场不同区域关注比例分布96

图表：2014-2015年中国主板市场不同省份关注比例分布97

图表：2014-2015年中国主板市场主流品牌关注比例走势98

图表：2014-2015年中国主板市场华硕、技嘉、微星市售产品数量对比99

图表：2014-2015年中国主板市场华硕、技嘉、微星单产品关注率对比100

图表：2014-2015年中国显卡市场品牌关注比例分布102

图表：2014-2015年中国显卡市场品牌关注比例对比102

图表：2014-2015年中国NVIDIA显卡市场品牌关注比例分布104

图表：2014-2015年中国NVIDIA显卡市场品牌关注比例对比104

图表：2014-2015年中国AMD显卡市场品牌关注比例分布105

图表：2014-2015年中国AMD显卡市场品牌关注比例对比106

图表：2014-2015年Q1-Q3中国显卡市场品牌关注排名对比106

图表：2014-2015年中国显卡市场品牌成长指数对比107

图表：2014-2015年中国显卡市场不同价格段产品关注比例分布108

图表：2014-2015年中国显卡市场不同芯片厂商产品关注比例分布109

图表：2014-2015年中国显卡市场不同区域关注比例分布110

图表：2014-2015年中国显卡市场不同省份关注比例分布111

图表：2014-2015年中国显卡市场主流品牌关注比例走势112

图表：2014-2015年中国显卡市场七彩虹、影驰、索泰市售产品数量对比113

图表：2014-2015年中国显卡市场七彩虹、影驰、索泰单产品关注率对比114

图表：2014-2015年中国光驱市场品牌关注比例分布116

图表：2014-2015年中国光驱市场品牌关注比例对比117

图表：2014-2015年Q1-Q3中国光驱市场品牌关注排名对比118

图表：2014-2015年中国光驱市场不同价格段产品关注比例分布119

图表：2014-2015年中国光驱市场不同不同安装方式产品关注比例分布120

图表：2014-2015年中国光驱市场不同区域关注比例分布121

图表：2014-2015年中国电源市场不同省份关注比例分布121

图表：2014-2015年中国光驱市场主流品牌关注比例走势122

图表：2014-2015年中国光驱市场先锋、三星、华硕、LG市售产品数量对比123

图表：2014-2015年中国光驱市场先锋、三星、华硕、LG单款产品关注率对比124

图表：2014-2015年中国机箱市场品牌关注比例分布126

图表：2014-2015年中国机箱市场品牌关注比例对比127

图表：2014-2015年Q1-Q3中国机箱市场品牌关注排名对比128

图表：2014-2015年中国机箱市场不同价格段产品关注比例分布129

图表：2014-2015年中国机箱市场不同机箱样式产品关注比例分布130

图表：2014-2015年中国机箱市场不同区域关注比例分布131

图表：2014-2015年中国机箱市场不同省份关注比例分布131

图表：2014-2015年中国机箱市场主流品牌关注比例走势132

图表：2014-2015年中国机箱市场酷冷至尊、动力火车市售产品数量对比133

图表：2014-2015年中国机箱市场酷冷至尊、动力火车单款产品关注率对比134

图表：2014-2015年中国电源市场品牌关注比例分布136

图表：2014-2015年中国电源市场品牌关注比例对比137

图表：2014-2015年Q1-Q3中国电源市场品牌关注排名对比138

图表：2014-2015年中国电源市场不同价格段产品关注比例分布139

图表：2014-2015年中国电源市场不同电源类型产品关注比例分布140

图表：2014-2015年中国电源市场不同区域关注比例分布141

图表：2014-2015年中国电源市场不同省份关注比例分布142

图表：2014-2015年中国电源市场主流品牌关注比例走势143

图表：2014-2015年中国电源市场航嘉、长城市售产品数量对比144

图表：2014-2015年中国电源市场航嘉、长城单款产品关注率对比145

图表：2014-2015年中国散热器市场品牌关注比例分布147

图表：2014-2015年中国散热器市场品牌关注比例对比148

图表：2014-2015年Q1-Q3中国散热器市场品牌关注排名对比149

图表：2014-2015年中国散热器市场不同价格段产品关注比例分布150

图表：2014-2015年中国散热器市场不同散热方式产品关注比例分布151

图表：2014-2015年中国散热器市场不同区域关注比例分布152

图表：2014-2015年中国散热器市场不同省份关注比例分布153

图表：2014-2015年中国散热器市场主流品牌关注比例走势154

图表：2014-2015年中国散热器市场九州风神、超频三、酷冷至尊市售产品数量对比155

图表：2014-2015年中国散热器市场九州风神、超频三、酷冷至尊单款产品关注率对比156

图表：2014-2015年中国液晶显示器市场品牌关注比例分布158

图表：2014-2015年中国液晶显示器市场品牌关注比例对比159

图表：2014-2015年中国LED液晶显示器市场品牌关注比例分布160

图表：2014-2015年Q1-Q3中国液晶显示器市场品牌关注排名对比160

图表：2014-2015年中国液晶显示器市场品牌成长指数对比161

图表：2014-2015年中国液晶显示器市场不同价格段产品关注比例分布162

图表：2014-2015年中国液晶显示器市场不同屏幕尺寸产品关注比例分布163

图表：2014-2015年中国液晶显示器市场不同区域关注比例分布164

图表：2014-2015年中国液晶显示器市场不同省份关注比例分布165

图表：2014-2015年中国液晶显示器市场主流品牌关注比例走势166

图表：2014-2015年中国液晶显示器市场三星、LG、AOC市售产品数量对比167

图表：2014-2015年中国液晶显示器市场三星、LG、AOC单产品关注率对比168

图表：游戏用户喜欢用什么类型液晶的调查图170

图表：2014-2015年中国音箱市场品牌关注比例分布173

图表：2014-2015年中国音箱市场品牌关注比例对比173

图表：2014-2015年Q1-Q3中国音箱市场品牌关注排名对比174

图表：2014-2015年中国音箱市场品牌成长指数对比175

图表：2014-2015年中国音箱市场不同价格段产品关注比例分布176

图表：2014-2015年中国音箱市场不同类型产品关注比例分布177

图表：2014-2015年中国音箱市场不同区域关注比例分布178

图表：2014-2015年中国音箱市场不同省份关注比例分布179

图表：2014-2015年中国音箱市场主流品牌关注比例走势180

图表：2014-2015年中国音箱市场主流品牌市售产品数量对比181

图表：2014-2015年中国音箱市场主流品牌单产品关注率对比182

图表：2014-2015年中国键盘市场品牌关注比例分布184

图表：2014-2015年中国鼠标市场品牌关注比例分布185

图表：2014-2015年中国键鼠套装市场品牌关注比例分布186

图表：2014-2015年Q1-Q3中国键盘市场品牌关注排名对比186

图表：2014-2015年Q1-Q3中国鼠标市场品牌关注排名对比187

图表：2014-2015年Q1-Q3中国键鼠套装市场品牌关注排名对比188

图表：2014-2015年中国键盘市场品牌关注比例变动对比189

图表：2014-2015年中国鼠标市场品牌关注比例变动对比190

图表：2014-2015年中国键鼠套装市场品牌关注比例变动对比191

图表：2014-2015年中国键盘市场不同价格段产品关注比例分布192

图表：2014-2015年中国鼠标市场不同价格段产品关注比例分布193

图表：2014-2015年中国键鼠套装市场不同价格段产品关注比例分布194

图表：2014-2015年中国键盘市场不同连接方式产品关注比例分布195

图表：2014-2015年中国鼠标市场不同连接方式产品关注比例分布196

图表：2014-2015年中国键鼠套装市场不同连接方式产品关注比例分布197

图表：2014-2015年中国键盘市场不同区域关注比例分布198

图表：2014-2015年中国键盘市场不同省份关注比例分布198

图表：2014-2015年中国鼠标市场不同区域关注比例分布199

图表：2014-2015年中国鼠标市场不同省份关注比例分布200

图表：2014-2015年中国键鼠套装市场不同区域关注比例分布201

图表：2014-2015年中国键鼠套装市场不同省份关注比例分布201

图表：2014-2015年中国键盘市场主流品牌关注比例走势202

图表：2014-2015年中国鼠标市场主流品牌关注比例走势203

图表：2014-2015年中国键鼠套装市场主流品牌关注比例走势204

图表：2014-2015年中国键盘市场罗技、雷柏、双飞燕市售产品数量对比205

图表：2014-2015年中国键盘市场罗技、雷柏、双飞燕单款产品关注率对比206

图表：2014-2015年中国鼠标市场罗技、雷柏、雷蛇市售产品数量对比207

图表：2014-2015年中国鼠标市场罗技、雷柏、雷蛇单款产品关注率对比208

图表：2014-2015年中国键鼠套装市场罗技、雷柏、双飞燕市售产品数量对比209

图表：2014-2015年中国键鼠套装市场罗技、雷柏、双飞燕单款产品关注率对比210

图表：2014-2015年全球主要厂商硬盘出货量211

图表：2014-2015年中国闪存盘市场规模及增长率212

图表：2014-2015年中国移动硬盘市场规模212

图表：2014-2015年中国存储卡市场规模213

图表：2013-2015年中国闪存盘市场销售情况预测215

图表：2013-2015年中国移动硬盘市场销售情况预测215

图表：2013-2015年中国存储卡市场销售情况预测215

图表：世界固态硬盘市场规模预测217

图表：2013-2015年10月中国硬盘市场主流品牌关注比例走势预测220

图表：2013-2015年10月中国硬盘市场均价走势预测221

图表：2013-2015年10月中国主板市场均价走势预测224

图表：2014-2015年10月不同价格内存市场人气分布225

图表：2014-2015年10月不同类型内存市场人气对比226

图表：2014-2015年10月不同容量内存市场人气对比227

图表：2014-2015年10月内存市场人气对比(按产品适用类型分)227

图表：2013-2015年10月中国内存市场主流品牌关注比例走势预测231

图表：2013-2015年10月中国内存市场均价走势预测232

图表：2009-2015年全球储存卡及CPU出货量235

图表：2013-2015年10月中国CPU市场均价走势预测241

图表：2014-2015年10月大陆显示器市场品牌出货量排名243

图表：2014-2015年全年大陆显示器市场品牌出货量243

图表：2014-2015年全年全球显示器市场品牌出货量244

图表：两者背光源对比246

图表：2014-2015年全年大陆显示器市场品牌出货量任务对比表248

图表：2014-2015年显示器产量全国合计253

图表：2014-2015年显示器产量北京市合计254

图表：2014-2015年显示器产量天津市合计254

图表：2014-2015年显示器产量上海市合计255

图表：2014-2015年显示器产量江苏省合计255

图表：2014-2015年显示器产量浙江省合计255

图表：2014-2015年显示器产量安徽省合计256

图表：2014-2015年显示器产量福建省合计256

图表：2014-2015年显示器产量山东省合计257

图表：2014-2015年显示器产量湖北省合计257

图表：2014-2015年显示器产量湖南省合计257

图表：2014-2015年显示器产量广东省合计258

图表：2014-2015年显示器产量陕西省合计258

图表：2014-2015年显示器产量全国合计259

图表：2014-2015年显示器产量北京市合计259

图表：2014-2015年显示器产量天津市合计259

图表：2014-2015年显示器产量上海市合计259

图表：2014-2015年显示器产量江苏省合计260

图表：2014-2015年显示器产量浙江省合计260

图表：2014-2015年显示器产量安徽省合计260

图表：2014-2015年显示器产量福建省合计261

图表：2014-2015年显示器产量山东省合计261

图表：2014-2015年显示器产量湖北省合计261

图表：2014-2015年显示器产量湖南省合计262

图表：2014-2015年显示器产量广东省合计262

图表：2014-2015年显示器产量广西区合计262

图表：2013-2015年10月中国液晶显示器市场品牌关注比例走势预测267

图表：2013-2015年10月中国液晶显示器市场均价走势预测268

图表：2014-2015年中国黑白激光打印机市场品牌关注比例分布276

图表：2014-2015年中国彩色激光打印机市场品牌关注比例分布277

图表：2014-2015年中国彩色激光打印机市场品牌关注比例对比277

图表：2014-2015年Q1-Q3中国黑白激光打印机市场品牌关注排名对比278

图表：2014-2015年Q1-Q3中国彩色激光打印机市场品牌关注排名对比279

图表：2014-2015年中国黑白激光打印机市场品牌成长指数279

图表：2014-2015年中国彩色激光打印机市场品牌成长指数280

图表：2014-2015年中国黑白激光打印机市场不同价格段产品关注比例分布281

图表：2014-2015年中国彩色激光打印机市场不同价格段产品关注比例分布282

图表：2014-2015年中国激光打印机市场不同类型产品关注比例分布283

图表：2014-2015年中国黑白激光打印机市场主流品牌关注比例走势284

图表：2014-2015年中国彩色激光打印机市场主流品牌关注比例走势285

图表：2014-2015年中国激光打印机市场惠普、佳能、三星市售产品数量对比286

图表：2014-2015年中国激光打印机市场惠普、佳能、三星单产品关注率对比287

图表：2014-2015年中国存储卡市场规模及增长率289

图表：2014-2015年中国存储卡市场销售量及增长率预测291

图表：2013-2015年10月中国显卡市场均价走势预测294

图表：2014-2015年度中国最受用户关注的15大台式电脑品牌排名345

图表：2014-2015年度中国最受用户关注的15大台式电脑品牌比例分布345

图表：2014-2015年度中国最受用户关注的15大台式电脑品牌对比346

图表：2014-2015年Q1-Q3中国最受用户关注的15大台式电脑品牌对比346

图表：2014-2015年度中国最受用户关注的10大台式电脑产品系列排名347

图表：2014-2015年Q1-Q3联想、惠普、戴尔台式电脑品牌关注比例走势348

图表：2014-2015年度联想台式电脑品牌关注度流失状况349

图表：2014-2015年度惠普台式电脑品牌关注度流失状况350

图表：2014-2015年度戴尔台式电脑品牌关注度流失状况351

图表：2014-2015年度联想、惠普、戴尔台式电脑品牌重合度对比352

图表：2014-2015年度中国最受用户关注的10大家用台式电脑品牌排名353

图表：2014-2015年度中国最受用户关注的10大家用台式电脑品牌比例分布353

图表：2014-2015年度中国最受用户关注的10大商用台式电脑品牌排名354

图表：2014-2015年度中国最受用户关注的10大家用台式电脑品牌比例分布355

图表：中国PC显示器市场规模365

图表：方正集团产业架构404

图表：海尔集团发展战略创新的四个阶段421

图表：2014-2015年中国互联网渠道消费PC出货量452

图表：2014-2015年计算机硬件整体行业大事记466

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201512/128874.html>