



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国电脑市场现状 与投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国电脑市场现状与投资战略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/249119.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

"十一五"以来计算机产业保持了较快的增长速度，成为信息产业增长的亮点，对外贸易稳步增长。自主创新能力不断提高，自主知识产权的标准取得国际突破，产品陆续投放市场。产业集群效应逐步显现，中国计算机产业发展又迈上一个新的台阶。计算机产业着力提升自主创新能力，促进科技成果转化，实现了重点领域的技术突破，推进了新兴高技术产业发展和传统产业升级，促进了区域经济协调发展，为资源节约型和环境友好型社会、社会主义新农村建设等做出了重大贡献，产生了显著的经济效益和社会效益，有效推动了国民经济战略性结构调整和经济发展方式转变，为实现我国经济又好又快发展奠定了坚实基础。"十一五"时期成为新中国成立以来，中国计算机产业发展最快、技术创新水平最高、服务水平提升最显著的时期。

"十一五"期间，计算机产业保持了较快的增长速率，年均增速12.4%。2009年我国电子计算机制造业实现销售产值1.69万亿元，占全行业总收入的32.9%；生产微型计算机1.82亿台，同比增长33.3%，其中笔记本计算机1.51亿台，同比增长38.2%；完成出口交货值1683亿美元，增长47.5%，成为拉动信息产业平稳增长的主要动力。笔记本计算机、液晶显示器等高端产品所占比重不断提高，超过80%，产业结构调整取得明显成效。

中国已成为全球计算机产品的生产基地，主要产品产量位居世界第一，产量较"十五"期间大幅提升，计算机产品的产量占全球产量的60%，液晶显示器占全球产量的75%。中国已成为全球平板显示下游终端产品主要制造基地，尤其是包括显示器在内的IT制造业正加速从韩国、中国台湾地区向中国大陆转移。

艾凯咨询网发布的《2015-2020年中国电脑市场现状与投资战略研究报告》共十六章。首先介绍了中国电脑行业的概念，接着分析了中国电脑行业发展环境，然后对中国电脑行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国电脑行业面临的机遇及发展前景。

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。

第一部分电脑行业发展分析

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

第二章全球电脑行业发展分析

第一节2014年全球电脑市场发展现状分析

一、2014年全球电脑市场概述

二、2014年全球PC市场分析

三、2014年全球个人电脑市场分析

四、2014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2015-2020年全球电脑市场发展预测

一、2014年全球PC出货量预测

二、2015-2020年全球笔记本电脑市场预测

三、2014年全球工业电脑市场规模预测

四、2014年全球平板电脑出货量预测

五、2015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2014年电脑产业市场现状分析

一、2014年我国电子计算机产业发展情况

二、2014年电脑市场发展分析

三、2014年电脑市场热点分析

四、2014年我国工业计算机产业发展特点

五、2014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、2014年中国一体电脑市场研究年度报告

八、2014年中国上网本市场分析

第三节2014年电脑产业市场预测

一、2014年电脑市场形势分析

二、2014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

第四章2013-2014年中国电子计算机制造业经济运行数据分析

第一节2013-2014年全国电子计算机制造业主要经济指标

一、2014年全国电子计算机制造业主要经济指标

二、2014年全国电子计算机制造业主要经济指标

第二节2013-2014年全国电子计算机制造业产品生产情况

一、2014年全国电子计算机制造业生产情况分析

二、2014年全国电子计算机制造业生产情况分析

第三节2013-2014年全国及各省市区电子计算机制造业产销数据分析

一、2014年全国及各省市区电子计算机制造业产销数据分析

二、2014年全国及各省市区电子计算机制造业产销数据分析

第四节2013-2014年全国及各省市区电子计算机制造业资产负债分析

一、2014年全国及各省市区电子计算机制造业资产负债分析

二、2014年全国及各省市区电子计算机制造业资产负债分析

第五节2013-2014年全国及中国各省市区电子计算机制造业行业规模分析

一、2014年全国及各省市区电子计算机制造业行业规模分析

二、2014年全国及各省市区电子计算机制造业行业规模分析

第六节2013-2014年全国及各省市区电子计算机制造业盈利能力分析

一、2014年全国及各省市区电子计算机制造业盈利能力分析

二、2014年全国及各省市区电子计算机制造业盈利能力分析

第五章2013-2014年中国电子计算机整机制造业经济运行数据分析

第一节2013-2014年全国电子计算机整机制造业主要经济指标

一、2014年全国电子计算机整机制造业主要经济指标

二、2014年全国电子计算机整机制造业主要经济指标

第二节2013-2014年全国及各省市区电子计算机整机制造业产销数据分析

一、2014年全国及各省市区电子计算机整机制造业产销数据分析

二、2014年全国及各省市区电子计算机整机制造业产销数据分析

第三节2013-2014年全国及各省市区电子计算机整机制造业资产负债分析

一、2014年全国及各省市电子计算机整机制造业资产负债分析

二、2014年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2013-2014年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、2014年全国及各省市电子计算机整机制造业行业规模分析

二、2014年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2013-2014年全国及各省市电子计算机整机制造业盈利能力分析

一、2014年全国及各省市电子计算机整机制造业盈利能力分析

二、2014年全国及各省市电子计算机整机制造业盈利能力分析

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、2014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、2014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2014年台式电脑市场深度分析

一、2014年中国台式电脑市场概述

二、2014年中国台式电脑市场结构分析

三、2014年中国台式电脑市场主流厂商分析

第四节2014年暑期台式机市场消费行为分析

一、2014年度台式机市场消费者调查

二、2014年中国台式电脑市场学生消费行为调查

第五节2015-2020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2014年笔记本电脑发展现状分析

一、2014年笔记本行业发展概况

二、2014年中国笔记本市场及出货分析

三、2014-2014年笔记本电脑进出口分析

四、2014年中国笔记本市场热门机型分析

五、重庆规划2015年产笔记本电脑1亿台占全球13

第二节2014年中国笔记本市场深度分析

一、2014年中国笔记本电脑市场概述

二、2014年中国笔记本电脑市场结构分析

三、2014年中国笔记本电脑市场主流厂商分析

第三节2014年笔记本市场消费调查

一、2014年消费者暑期购买笔记本倾向调研

二、2014年中国笔记本电脑市场学生消费行为调查

第四节2015-2020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2014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2014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2014年中国服务器市场分析

一、2014年中国服务器市场概述

二、2014年中国服务器市场结构分析

三、2014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、创新自主引领中国刀片市场应用未来

二、2014年服务器技术发展趋势十大预测

三、2014年中国服务器市场出货量将达189.6万台

四、2014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2014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2014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2014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、2014年固态硬盘出货量将快速成长

五、2014年中国硬盘市场趋势预测

第四节2014年计算机主板市场分析

一、2014年计算机主板市场发展概述

二、2014年主板市场竞争格局研究

三、2014年中国主板市场趋势预测

第五节2014年计算机内存市场分析

一、2014年内存整体市场分析

二、DDR内存市场分析

三、2014年内存市场态势五大预测

四、2014年中国内存市场趋势预测

第六节2014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、2014年中国CPU市场趋势预测

第七节2014年显示器市场分析

一、全球液晶显示器销售与供应分析

二、2014年中国显示器市场分析

三、2014年中国液晶显示器市场分析

四、2014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、2014年中国液晶显示器市场趋势预测

第八节2014年其他组件市场分析

一、2014年音箱市场分析

二、2014年中国激光打印机市场分析

三、2014年中国光存储市场综述

四、2014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）2014年中国显卡市场趋势预测

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、2014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、2014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、2014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、2014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、2014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、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第二节惠普公司

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第三节联想集团

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第四节宏基

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第五节方正公司

一、企业简介

二、市场动态

三、2014年方正告别PC

四、公司战略

第六节同方股份

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第七节长城计算机公司

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第八节海尔集团

一、企业简介

二、市场动态

三、经营业绩

四、公司战略

第十四章 电脑行业发展趋势预测

第一节2015-2020年电脑市场发展趋势

一、2015-2020年电脑市场发展趋势

二、2015-2020年台式电脑发展趋势

三、2015-2020年笔记本电脑发展趋势

四、2014年平板电脑市场发展的三个趋势

第二节2015-2020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2015-2020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、2014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2015-2020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2015-2020年电脑行业投资策略探讨

第一节2014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2015-2020年计算机行业投资分析

一、2015-2020年计算机行业增长稳定

二、2015-2020年计算机行业投资机会分析

三、2015-2020年计算机产业投资策略

图表目录：

图表：2013-2014年全球PC出货量及增长率

图表：2014年全球笔记型电脑出货

图表：2013笔记型电脑及平板电脑出货分析

图表：2014年全球PC厂商出货情况

图表：2014年二季度四大厂商PC出货量

图表：2014年二季度全球PC厂商出货及市场份额

图表：2013-2014年世界笔记本电脑销售趋势

图表：2014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：2014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：2004-2014年高端容错计算机市场规模

图表：高端容错计算机市场(non-X86)格局(销售额)

图表：2014年中国一体电脑市场品牌关注比例分布

图表：2014年1-12月电子计算机制造业主要经济指标全国统计数据

图表：2014年1-6月电子计算机制造业主要经济指标全国统计数据

图表：2014年11月至今规模以上电子信息制造业与全国工业增加值月增速对比

图表：2014年各季度规模以上制造业收入、利润完成情况对比

图表：2014年1-6月电子信息产业固定资产投资情况

图表：2014年1-6月规模以上电子信息制造业主要经济指标完成情况

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计工业总产值（当年价格）

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计工业总产值比去年同期增长（当年价格）

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计工业销售产值（当年价格）

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计工业销售产值比去年同期增长（当年价格）

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计产成品

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计产成品比去年同期增长

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计主营业务收入

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计主营业务收入比去年同期增长

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机制造业累计产成品

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机制造业累计产成品比去年同期增长

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机制造业累计工业销售产值

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机制造业累计工业销售产值比去年同期增长

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计资产总计

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计资产总计比去年同期增长

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计负债合计

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计负债合计比去年同期增长

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机制造业累计资产总计

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机制造业累计资产总计比去年同期增长

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机制造业累计负债合计

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机制造业累计负债合计比去年同期增长

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计全部从业人员平均人数

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计全部从业人员平均人数比去年同期增长

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计企业单位数

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机制造业累计全部从业人员平均人数

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机制造业累计全部从业人员平均人数比去年同期增长

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机制造业累计企业单位数

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计利润总额

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业利润总额同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计亏损企业单位数

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计亏损企业亏损总额

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计亏损企业亏损总额比去年同期增长

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机制造业累计利润总额

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机制造业利润总额同比增长

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机制造业累计亏损企业单位数

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机制造业累计亏损企业亏损总额

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机制造业累计亏损企业亏损总额比去年同期增长

图表：2014年1-12月电子计算机整机制造业主要经济指标全国统计数据

图表：2014年1-6月电子计算机整机制造业主要经济指标全国统计数据

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计工业总产值（当年价格）

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计工业总产值比去年同期增长（当年价格）

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计工业销售产值（当年价格）

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计工业销售产值比去年同期增长（当年价格）

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计产成品

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计产成品比去年同期增长

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计主营业务收入

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计主营业务收入比去年同期增长

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机整机制造业累计产成品

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机整机制造业累计产成品比去年同期增长

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计资产总计

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计资产总计比去年同期增长

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计负债合计

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计负债合计比去年同期增长

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机整机制造业累计资产总计

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机整机制造业累计资产总计比去年同期增长

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机整机制造业累计负债合计

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机整机制造业累计负债合计比去年同期增长

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计全部从业人员平均人数

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计全部从业人员平均人数比去年同期增长

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计企业单位数

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机整机制造业累计全部从业人员平均人数

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机整机制造业累计全部从业人员平均人数比去年同期增长

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机整机制造业累计企业单位数

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计利润总额

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计利润总而同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计亏损企业单位数

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计亏损企业亏损总额

图表：2014年1-12月全国及各省市电子计算机整机制造业累计亏损企业亏损总额比去年同期增长

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机整机制造业累计利润总额

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机整机制造业累计利润总额同比增长

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机整机制造业累计亏损企业单位数

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机整机制造业累计亏损企业亏损总额

图表：2014年1-6月全国及各省市电子计算机整机制造业累计亏损企业亏损总额比去年同期增长

图表：2014年度中国最受用户关注的15大台式电脑品牌排名

图表：2014年度中国最受用户关注的15大台式电脑品牌比例分布

图表：2013-2014年度中国最受用户关注的15大台式电脑品牌对比

图表：2014年Q1-Q4中国最受用户关注的15大台式电脑品牌对比

图表：2014年度中国最受用户关注的10大台式电脑产品系列排名

图表：2014年Q1-Q4联想、惠普、戴尔台式电脑品牌关注比例走势

图表：2014年度联想台式电脑品牌关注度流失状况

图表：2014年度惠普台式电脑品牌关注度流失状况

图表：2014年度戴尔台式电脑品牌关注度流失状况

图表：2014年度联想、惠普、戴尔台式电脑品牌重合度对比

图表：2014年度中国最受用户关注的10大家用台式电脑品牌排名

图表：2014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

图表：2014年度中国最受用户关注的10大商用台式电脑品牌排名

图表：2014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

图表：2014年中国台式电脑市场最受用户关注的CPU品牌

图表：2014年中国台式电脑市场最受用户关注的CPU系列排行

图表：2014年中国台式电脑市场品牌关注比例分布

图表：2013 - 2014年中国台式电脑市场品牌关注比例对比

图表：2014年Q1 - Q2中国台式电脑市场品牌关注排名对比

图表：2014年中国台式电脑市场品牌成长指数对比

图表：2014年中国台式电脑市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2014年中国台式电脑市场不同类型产品关注比例分布

图表：2014年中国台式电脑市场联想、戴尔、惠普品牌关注比例走势

图表：2014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

图表：2014年中国台式电脑市场主流品牌市售产品数量对比

图表：2014年中国台式电脑市场主流品牌单产品关注率对比

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/249119.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；
各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。