

2016-2022年中国计算机行业市场运营态势及投资 前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国计算机行业市场运营态势及投资前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/281776.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

计算机（computer）俗称电脑，是一种用于高速计算的电子计算机器，可以进行数值计算，又可以进行逻辑计算，还具有存储记忆功能。是能够按照程序运行，自动、高速处理海量数据的现代化智能电子设备。由硬件系统和软件系统所组成，没有安装任何软件的计算机称为裸机。可分为超级计算机、工业控制计算机、网络计算机、个人计算机、嵌入式计算机五类，较先进的计算机有生物计算机、光子计算机、量子计算机等。

计算机行业152家上市公司的2015 年报与2016 一季报。在A股整体增速下滑的情况下，2015 年计算机行业公司营业收入增速相对于2014年仍然保持上升趋势。2015 年计算机行业152家公司合计实现营业收入2545亿元，同比增长23.30%，而A 股整体增速则下降到0.27%。按照中位数法计算，2015年计算机行业同比增速为19.51%，高于A 股3.54%的同比增速。2015年计算机行业营收增速及A 股增速

从营收变动的区间看，收入增速在15-40%的公司占到35%，为比重最大的部分；其次为增速在0-15%的公司占23%；出现收入负增长的公司占19%；实现60%以上高增长的公司占14%；增速在40%~60%区间内的公司数目最少，占9%。

2015 年计算机行业公司营收增速占比

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。

报告目录：

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 1

第一节计算机发展简述及特点性能 1

一、计算机发展简述 1

二、计算机的特点 2

三、计算机性能指标 3

第二节计算机的分类及其应用领域 4

一、计算机的分类 4

二、计算机的应用领域 5

第三节计算机产业发展概况及应用 8

一、计算机产业发展概况 8

二、计算机发展与应用 8

第二章全球计算机行业发展分析 11

第一节2015年全球电脑市场发展现状分析 11

- 一、201年全球电脑市场概述 11
- 二、2015年全球PC市场分析 12
- 三、2012-2015年全球个人电脑市场分析 15
- 四、2012-2015年全球四大厂商电脑出货分析及格局 15
- 五、世界笔记本电脑市场供大于求价格体系面临崩溃 21

第二节2016-2022年全球电脑市场发展预测 22

- 一、2016年全球PC出货量预测 22
- 二、2016-2022年全球笔记本电脑市场预测 23
- 三、2016年全球工业电脑市场规模预测 24
- 四、2016年全球平板电脑出货量预测 25
- 五、2016年将成为平板电脑天下 26

第三章计算机市场发展概况 28

第一节国内电脑发展状况分析 28

- 一、我国电脑产业市场发展现状分析 28
- 二、国内电脑产业发展特点分析 30

第二节2015年电脑产业市场现状分析 31

- 一、2015年我国电子计算机产业发展情况 31
- 二、2015年电脑市场发展分析 31
- 三、2015年电脑市场热点分析 32
- 四、2015年我国工业计算机产业发展特点 33
- 五、2015年商用电脑市场分析 35
- 六、我国高端容错计算机产业现状分析 36
- 七、2015年中国一体电脑市场研究年度报告 45
- 八、2015年中国上网本市场 55

第三节2016年电脑产业市场预测 65

- 一、2016年电脑市场形势分析 65
- 二、2016年中国电脑市场规模预测 66
- 三、国产PC增量不增收低利润瓶颈待解 66
- 四、2016年中国PC产业十大预测 68

第二部分 计算机行业经济运行数据分析

第四章 2013-2015年中国电子计算机制造业经济运行数据分析 71

第一节 2013-2015年全国电子计算机制造业主要经济指标 71

- 一、2015年全国电子计算机制造业主要经济指标 71

二、2015年全国电子计算机制造业主要经济指标 72

第二节 2013-2015年全国电子计算机制造业产品生产情况 74

一、2015年全国电子计算机制造业生产情况分析 74

二、2015年全国电子计算机制造业生产情况分析 75

第三节 2013-2015年全国及各省市电子计算机制造业产销数据分析 78

一、2015年全国及各省市电子计算机制造业产销数据分析 78

二、2015年全国及各省市电子计算机制造业产销数据分析 85

第四节 2013-2015年全国及各省市电子计算机制造业资产负债分析 88

一、2015年全国及各省市电子计算机制造业资产负债分析 88

二、2015年全国及各省市电子计算机制造业资产负债分析 91

第五节 2013-2015年全国及中国各省市电子计算机制造业行业规模分析 95

一、2015年全国及各省市电子计算机制造业行业规模分析 95

二、2015年全国及各省市电子计算机制造业行业规模分析 97

第六节 2013-2015年全国及各省市电子计算机制造业盈利能力分析 100

一、2015年全国及各省市电子计算机制造业盈利能力分析 100

二、2015年全国及各省市电子计算机制造业盈利能力分析 104

第五章 2013-2015年中国电子计算机整机制造业经济运行数据分析 109

第一节 2013-2015年全国电子计算机整机制造业主要经济指标 109

一、2015年全国电子计算机整机制造业主要经济指标 109

二、2015年全国电子计算机整机制造业主要经济指标 110

第二节 2013-2015年全国及各省市电子计算机整机制造业产销数据分析 112

一、2015年全国及各省市电子计算机整机制造业产销数据分析 112

二、2015年全国及各省市电子计算机整机制造业产销数据分析 117

第三节 2013-2015年全国及各省市电子计算机整机制造业资产负债分析 119

一、2015年全国及各省市电子计算机整机制造业资产负债分析 119

二、2015年全国及各省市电子计算机整机制造业资产负债分析 121

第四节 2013-2015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 124

一、2015年全国及各省市电子计算机整机制造业行业规模分析 124

二、2015年全国及各省市电子计算机整机制造业行业规模分析 127

第五节 2013-2015年全国及各省市电子计算机整机制造业盈利能力分析 129

一、2015年全国及各省市电子计算机整机制造业盈利能力分析 129

二、2015年全国及各省市电子计算机整机制造业盈利能力分析 132

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 135

第一节 国内台式PC的发展状况 135

一、2015年台式电脑市场综述	135
二、国内台式电脑市场发展现状	136
第二节国内台式PC的市场特点	147
一、2015年台式电脑市场焦点分析	147
二、台式机市场发展趋向	150
三、一体台式机渐成主流	151
第三节2015年台式电脑市场深度分析	152
一、2015年中国台式电脑市场概述	152
二、2015年中国台式电脑市场结构分析	153
三、2015年中国台式电脑市场主流厂商分析	158
第四节2015年暑期台式机市场消费行为分析	162
一、2015年度台式机市场消费者调查	162
二、2015年中国台式电脑市场学生消费行为调查	165
第五节2016-2022年台式电脑市场发展预测	168

第七章笔记本电脑市场发展状况 170

第一节2015年笔记本电脑发展现状分析 170

一、2015年笔记本行业发展概况	170
二、2015年中国笔记本市场及出货分析	171
三、2015年笔记本电脑进出口分析	177

2015年1-12月中国便携式电脑（平板电脑除外）出口数量为13,608万台，同比下降8.8%；2015年1-12月中国便携式电脑（平板电脑除外）出口金额为64,633,976千美元，同比下降14.7%。2015年1-12月中国便携式电脑（平板电脑除外）出口量统计表如下表所示：

2015年1-12月中国便携式电脑（平板电脑除外）出口量统计表

月份

数量（万台）

金额（千美元）

数量同比（%）

金额同比（%）

1月

1,018

4,952,459

-19.4

-24

2月

965

4,666,625

4.4

-8.2

3月

1,138

5,787,662

-5.2

-8.1

4月

968

4834069

-8.6

-15.6

5月

1,130

5,523,878

-9.3

-10.8

6月

1,174

5,637,588

-16.4

-20.9

7月

1,068

5,281,459

-13.8

-16.3

8月

1,358

5,855,553

6.9

-4.5

9月

1,316

5,800,018

-2.3

-9.7

10月

1,259

5,665,789

-15.3

-21.4

11月

1,210

5,473,531

-13.4

-20.4

12月

1,018

4,952,459

-19.4

-24

四、2015年中国笔记本市场热门机型分析 180

第二节2015年中国笔记本市场深度分析 199

一、2015年中国笔记本电脑市场概述 200

二、2015年中国笔记本电脑市场结构分析 200

三、2015年中国笔记本电脑市场主流厂商分析 212

第三节2015年笔记本市场消费调查 216

一、2015年消费者暑期购买笔记本倾向调研 216

二、2015年中国笔记本电脑市场学生消费行为调查 225

第四节2016-2022年笔记本市场发展预测 227

第八章 PC服务器市场发展状况 229

第一节服务器的分类及介绍 229

一、服务器的分类 229

二、IA服务器 232

第二节2015年中国服务器市场概况 234

一、全球服务器市场发展现状 234

二、中国服务器整体市场综述 236

三、国产服务器市场状况 239

四、从2015年度横评看国产服务器发展	243
五、我国自主品牌服务器首次出口海外市场	245
第三节2015年中国服务器市场分析	246
一、2015年中国服务器市场概述	247
二、2015年中国服务器市场结构分析	247
三、2015年中国服务器市场主流厂商分析	252
第四节国内服务器市场发展预测	255
一、创新自主引领中国刀片市场应用未来	255
二、2016年服务器技术发展趋势十大预测	258
三、2016年中国服务器市场出货量将达189.6万台	260
四、2016年中国服务器市场趋势预测	260
第九章计算机主要配件市场分析	262
第一节2015年中国硬件市场品牌调查分析	262
一、CPU	262
二、内存	270
三、硬盘	280
四、主板	289
五、显卡	307
六、光驱	321
七、机箱	331
八、电源	341
九、散热器	352
第二节2015年中国计算机外设市场品牌调查分析	363
一、液晶显示器	363
二、CRT显示器	375
三、音箱	378
四、键盘鼠标	390
第三节2015年硬盘市场分析	418
一、硬盘出货量分析	418
二、移动硬盘市场增长情况	420
三、企业级SSD市场缺乏标准	424
四、2015年固态硬盘出货量将快速成长	425
五、2016年中国硬盘市场趋势预测	427
第四节2016年计算机主板市场分析	430
一、2015年计算机主板市场发展概述	431

二、2015年主板市场竞争格局研究	431
三、2016年中国主板市场趋势预测	431
第五节2015年计算机内存市场分析	434
一、2015年内存整体市场分析	434
二、DDR内存市场分析	434
三、2016年内存市场态势五大预测	437
四、2016年中国内存市场趋势预测	439
第六节2015年计算机微处理器（CPU）市场分析	442
一、CPU市场竞争概况	442
二、CPU出货分析	446
三、英特尔处理器产品近期价格趋向	446
四、国产CPU（龙芯）的前景	447
五、2016年中国CPU市场趋势预测	450
第七节2016年显示器市场分析	452
一、全球液晶显示器销售与供应分析	452
二、2015年中国显示器市场分析	453
三、2015年中国液晶显示器市场分析	462
四、2015年中国显示器产量分析	464
五、显示器市场未来的发展趋势预测	473
六、2016年中国液晶显示器市场趋势预测	476
第八节2016年其他组件市场分析	479
一、2015年音箱市场分析	479
二、2015年中国激光打印机市场分析	485
三、2015年中国光存储市场综述	498
四、2015年中国存储卡市场分析	499
五、显卡市场现状分析	502
（一）整合产品有待提升显卡将保持高速发展	502
（二）2016年中国显卡市场趋势预测	504
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	507
第一节国内PC销售渠道回顾	507
一、戴尔直销模式中国失灵	507
二、长城电脑销售渠道的变更	509
三、联想营销渠道的变革	510
四、国内PC销售主流方式	517

第二节计算机产品渠道趋势分析	518
第三节计算机产品的渠道新举措	526
一、笔记本电脑营销新模式	526
二、商用PC渠道分析	527
三、2015年联想惠普领头：商用PC产品渠道双线博弈	528
四、PC销售渠道之变：上网开店	529
第四节 PC的互联网营销变革	531
第十一章计算机行业营销分析	533
第一节主要电脑品牌营销策略分析	533
一、联想客户营销策略	533
二、惠普的营销策略	533
三、戴尔改变销售政策	536
四、苹果PC营销策略	538
五、海尔电脑渠道策略	540
第二节服务器营销策略分析	542
一、联想服务器营销战略	542
二、HP服务器中国大陆市场策略简析	543
三、长城服务器渠道策略	545
第三节惠普营销分析	546
一、惠普中国市场营销模式	546
二、HP服务器市场及战略	550
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	554
第一节电脑市场整体竞争格局	554
一、电脑竞争格局分析	554
二、国产PC品牌市场分析	555
三、PC销量增速低于预期巨头激战商用电脑市场	558
四、2015年平板电脑市场仍将战火纷飞	559
第二节笔记本电脑市场竞争状况	561
一、2015年笔记本电脑市场竞争分析	561
二、笔记本市场竞争将加剧	561
第三节国内服务器市场竞争状况	564
第四节品牌PC竞争状况	570
一、品牌PC竞争趋势	570
二、2015年联想全球PC市场占有率首超10%	571

三、本土PC品牌竞争力缺失	571
第五节计算机外设及配件市场竞争格局	575
一、国内显示器市场竞争概况	575
二、主板芯片组市场竞争状况	577
三、2015年光驱市场竞争格局分析	578
第十三章国内外行业领先企业分析	579
第一节 DELL公司	579
一、企业简介	579
二、市场动态	581
三、经营业绩	583
四、公司战略	584
第二节惠普公司	588
一、企业简介	588
二、市场动态	588
三、经营业绩	590
四、公司战略	593
第三节联想集团	593
一、企业简介	594
二、市场动态	594
三、经营业绩	596
四、公司战略	598
第四节宏基	599
一、企业简介	599
二、市场动态	599
三、经营业绩	605
四、公司战略	606
第五节方正公司	609
一、企业简介	609
二、市场动态	610
三、2015年方正告别PC	611
四、公司战略	615
第六节同方股份	617
一、企业简介	617
二、市场动态	619
三、经营业绩	621

四、公司战略 622

第七节长城计算机公司 624

一、企业简介 624

二、市场动态 624

三、经营业绩 626

四、公司战略 627

第八节海尔集团 629

一、企业简介 629

二、市场动态 632

三、经营业绩 635

四、公司战略 636

第六部分 计算机行业发展趋势及策略

第十四章2016-2022年电脑行业发展趋势预测 642

第一节2016-2022年电脑市场发展趋势 642

一、2016-2022年电脑市场发展趋势 642

二、2016-2022年台式电脑发展趋势 644

三、2016-2022年笔记本电脑发展趋势 646

第二节2016-2022年计算机市场发展前景预测 649

一、PC市场发展前景预测 649

二、PC市场主要增长点预测 652

三、安全PC市场前景分析 654

四、“十二五规划”对中国商用PC市场的影响 655

第三节2016-2022年计算机外设及配件市场发展前景预测 656

一、未来五年投影机市场增长预测 656

二、彩色激光打印机市场前景预测 657

三、2016年PC媒体服务器市场预测 660

四、芯片组市场发展前景预测 660

第十五章2016-2022年电脑行业发展策略探讨 662

第一节笔记本电脑营销模式分析 662

一、专注产品应用的营销策略 662

二、多元化的事件营销策略 663

三、跨行业的品牌联合营销策略 663

第二节计算机行业发展策略 664

一、应用创新将引领电脑行业发展 664

二、电脑下乡发展策略 668

三、PC企业融合营销模式 669

四、品牌电脑的定位分析与适用范围 672

五、PC企业促销策略研究 674

第十六章2016-2022年电脑行业投资策略探讨 679

第一节2016年计算机投资策略分析 679

一、全球硬件行业状况 679

二、国内硬件行业现状 680

三、2015计算机行业市场投资动态 680

四、行业未来总体判断及关注热点 683

五、行业投资策略分析 684

第二节2016-2022年计算机行业投资分析 685

一、2016-2022年计算机行业增长稳定 685

二、2016-2022年计算机行业投资机会分析 686

三、2016-2022年计算机产业投资策略 687

图表目录：

图表：2006-2015年全球PC出货量及增长率 11

图表：2015年全球笔记型电脑出货 13

图表：2014笔记型电脑及平板电脑出货分析 14

图表：2015年全球PC厂商出货情况 17

图表：2015年四大厂商PC出货量 18

图表：2015年全球PC厂商出货及市场份额 18

图表：2008-2015年世界笔记本电脑销售趋势 22

图表：2015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 38

图表：2015年低端服务器市场与高端容错计算机市场(non-x86)销量对比 39

图表：2004-2015年高端容错计算机市场规模 39

图表：高端容错计算机市场(non-X86)格局(销售额) 40

图表：2015年中国一体电脑市场品牌关注比例分布 47

图表：2013-2015年中国一体电脑市场品牌关注比例对比 47

图表：2015年Q1-Q4中国一体电脑市场品牌关注排名对比 48

图表：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：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：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：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：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：2015年中国上网本市场品牌关注比例分布 57

图表：2013-2015年中国上网本市场品牌关注比例对比 57

图表：2015年Q1-Q4中国上网本市场品牌关注排名对比 58

图表：2015年中国上网本市场不同价格段产品关注比例分布 59

图表：2015年中国上网本市场不同处理器产品关注比例分布 59

图表：2015年中国上网本市场联想、华硕、三星品牌关注比例走势 60

图表：2015年中国上网本市场联想、华硕、三星市售产品数量对比 61

图表：2015年中国上网本市场联想、华硕、三星单产品关注率对比 62

图表：2015年1-12月电子计算机制造业主要经济指标全国统计数据 71

图表：2015年电子计算机制造业主要经济指标全国统计数据 72

图表：2015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 75

图表：2015年各季度规模以上制造业收入、利润完成情况对比 76

图表：2015年电子信息产业固定资产投资情况 77

图表：2015年规模以上电子信息制造业主要经济指标完成情况 78

图表：2015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） 78

图表：2015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） 79

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/281776.html>