

2009年中国电脑行业市场分析研究报告

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《2009年中国电脑行业市场分析研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jisuanji/3232032320.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

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

内容简介

从产品替代趋势来看，随着PC价位的不断下调，2008年笔记本市场销量增速明显。台式机和笔记本市场销量占比由年初的7:3变为5.5:4.5，预计2009年笔记本市场销量将首次超过台式机。而随着EeePC在新兴市场的成功开拓，销量迅速攀升，也将给整个市场格局带来新的变化。预计2009年将有更多的网络终端设备进入已成熟的1-3级市场。从目前各厂商市场拓展方向以及产品线分布来看，2009年农村市场和中小企业将是厂商关注焦点，而该类细分市场的消费特征决定了台式机市场的主导地位。未来1-2年内台式机将在增速趋缓的前提下，继续保持其稳步增长趋势。而笔记本市场则可借助价格的不断下降，将市场开拓聚焦于学生群体和商务人士。

2008年，中国PC市场对于厂商来说，是忙碌的一年。由于上游电脑配件产量的大幅提升，计算机技术和设计的不断发展，液晶屏、内存、硬盘、CPU等配件价格大幅下跌，从而使得PC产品更替加速，市场价格调整异常频繁，市场促销活动也接连不断。

从各品牌市场销售情况来看，随着1-3级城市渠道饱和，2008年PC主力厂商如联想、HP、DELL和方正积极拓展4-6级城市渠道，开拓农村市场，占据了我国PC市场80%以上的市场份额。各主力品牌2008年对4-6级城市渠道的深入渗透，将使得PC整体市场容量进一步扩大，品牌市场集中度也将进一步提升。2009年各主力厂商将继续深耕4-6级渠道，并加快农村开拓步伐，各主力品牌在4-6级城市的竞争也将日趋激烈。从各厂商渠道建设情况来看，联想和HP已占据较明显先机优势，其市场领先地位难以撼动。受金融危机影响，2009年中国PC市场也将面临严峻挑战。随着台式机主流价位的不断下降，配置持续升级，同时借助国家4万亿投资基础设施建设，2009年各PC厂商将重点深耕4-6级渠道，尤其是农村市场。如何深入挖掘该类市场需求，推出符合4-6级城市及农村市场消费特征的产品，将成为PC厂商2009年产品发展的主要方向之一。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工业和信息化部、国家商务部、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、中国计算机行业协会、中国经济景气监测中心、国内外相关刊物的基础信息以及各产业研究单位等公布和提供的大量资料。本报告对我国计算机行业发展现状、发展趋势、竞争格局等进行了，重点对计算机营销策略和营销渠道、计算机组配件市场发展状况等方面进行了深入探讨，是计算机制造企业、研究单位、销售企业以及相关企业和单位、计划投资于计算机行业的企业等准确了解目前中国计算机市场发展动态，把握行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品。

目录

CONTENTS

第一章 计算机发展概况 1

第一节 计算机发展简述及特点 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	2
第二节 计算机的分类及其应用领域	6
一、计算机的分类	6
二、计算机的应用领域	7
第二章 全球电脑行业发展	10
第一节 2009年全球电脑市场发展现状	10
一、全球PC市场发展现状	10
二、2009年全球PC市场销售预测	11
三、2009年全球PC市场需求预测	11
四、2009年全球PC市场发展趋势	12
第二节 主要地区和国家电脑市场	14
一、2008年法国电脑市场现状	14
二、2009年美国电脑市场需求	14
三、2008-2009年亚太地区电脑市场	15
第三节 2009-2012年全球电脑市场发展预测	18
一、2009-2012年全球计算机市场趋势	18
二、2010年全球电脑配套市场预测	20
三、2011年全球工业电脑市场规模预测	20
四、2011年全球PC供货量预测	21
第三章 计算机行业发展现状	23
第一节 2008-2009年PC产业市场现状	23
一、2008-2009年中国PC行业发展形势	23
二、2009年PC产业技术与服务发展	36
三、2008年我国计算机产量统计	39
四、2008年我国微型计算机产量统计	40
五、2008年我国笔记本计算机产量统计	42
第二节 金融危机对计算机行业影响	44
一、金融危机对PC市场影响	44
二、金融危机对PC产业链影响	47
三、PC产业应对金融危机策略	48
第四章 计算机市场发展现状	50
第一节 2008-2009年PC消费消费走势	50
一、2008-2009年PC整机市场消费	50

- 二、2008-2009年笔记本电脑市场消费 54
- 三、品牌机与组装机用户选购 64
- 第二节 2008-2009年计算机市场品牌调查 69
 - 一、调查样本及结论 69
 - 二、整机市场品牌调查 71
- 第三节 高性能计算机市场现状及前景 87
 - 一、中国高性能计算机市场 87
 - 二、高性能计算机市场发展前景 89
- 第四节 2009年农村电脑市场发展 91
 - 一、农村PC市场品牌认知度 91
 - 二、2009年国家对电脑下乡扶持政策 93
 - 三、2009年电脑下乡对台式PC市场影响 94
 - 四、2009年农村电脑市场容量预测 96
- 第五节 2009年上网本市场 97
 - 一、上网本创新商业模式 97
 - 二、2009年上网本市场发展 99
 - 三、2009年上网本对笔记本电脑市场分化 100
 - 四、上网本应对金融危机策略 103
- 第五章 台式电脑市场发展状况 111
 - 第一节 2008年台式机市场 111
 - 一、2008年台式机压力 111
 - 二、2008年台式机亮点 112
 - 三、2008年台式电脑消费 114
 - 第二节 2009年台式机市场 117
 - 一、2009年台式电脑产业面临问题 117
 - 二、台式电脑市场发展形势 118
- 第六章 笔记本电脑市场状况 119
 - 第一节 2008-2009年笔记本电脑市场用户调查 119
 - 一、用户特征概括 119
 - 二、用户特征研究 121
 - 三、用户上网行为研究 141
 - 四、主流品牌用户兴趣爱好对比 143
 - 第二节 2008年笔记本市场热门机型 149
 - 一、市场概述与主要结论 149
 - 二、热门机型现状与特征 151

- 三、热门机型产品结构特征 156
- 四、主流厂商热门机型 167
- 五、热门机型演变趋势 181
- 第三节 2008-2009年笔记本市场 183
 - 一、2008年12月笔记本电脑市场价格走势 183
 - 二、2008年12月笔记本电脑市场关注 194
 - 三、2008年中国笔记本市场消费信誉度调查 201
 - 四、2008年用户笔记本消费调查报告 204
 - 五、2009年1月笔记本电脑市场价格走势 209
- 第七章 电脑配件市场 221
 - 第一节 2008-2009年CPU市场 221
 - 一、2008年CPU市场发展现状 221
 - 二、2008-2009年全球CPU市场份额 221
 - 三、2009年CPU行业趋势预测 224
 - 第二节 2008-2009年液晶显示器市场 227
 - 一、2008-2009年底液晶市场综述与展望 227
 - 二、液晶显示器新应用 234
 - 第三节 2008年显卡市场 235
 - 一、2008年显卡市场发展现状 235
 - 二、2008年显卡行业动态 236
 - 第四节 硬盘市场状况 237
 - 一、2008年移动硬盘市场动态 237
 - 二、2009年移动硬盘市场发展趋势 241
- 第八章 电脑市场竞争 245
 - 第一节 2008-2009年电脑市场竞争 245
 - 一、中国电脑市场竞争现状 245
 - 二、2009年PC市场重组 247
 - 第二节 2008年笔记本市场竞争格局 247
 - 一、研究结论及关键数据 247
 - 二、笔记本与台式电脑的竞争 250
 - 三、笔记本细分市场竞争格局 251
 - 第三节 笔记本厂商竞争 264
 - 一、市场概述及观点 264
 - 二、2008年整体市场品牌竞争格局 265
 - 三、2008年重点厂商竞争策略 266

四、2009年笔记本厂商竞争	302
第九章 电脑行业重点企业	305
第一节 DELL公司	305
一、公司概况	305
二、2009年公司收购重组情况	306
三、2009年戴尔中华区管理层调整情况	306
第二节 惠普公司	307
一、公司概况	307
二、公司金牌服务新战略	311
三、2009年公司应对金融危机策略	312
第三节 联想集团	314
一、公司概况	314
二、2009年公司柳传志效应	317
三、2009年公司战略变革	318
第四节 宏基集团	319
一、公司概况	319
二、2009年公司再造渠道	320
三、2009年公司市场份额预测	321
第五节 方正科技集团股份有限公司	322
一、公司概况	322
二、2009年公司新架构	323
第六节 清华同方股份有限公司	324
一、公司概况	324
二、2009年公司动态	325
第七节 长城计算机公司	327
一、公司概况	327
二、2009年公司整机业务调整情况	328
三、2009年公司收购重组	330
第八节 海尔集团	330
一、公司简介	330
二、公司电脑战略	332
三、公司动态	337
第九节 深圳市神舟电脑股份有限公司	339
一、公司简介	339
二、2009年公司上市	340

三、公司应对金融危机渠道策略 341

第十节 华硕电脑公司 344

一、公司简介 344

二、2008年公司经营状况 345

三、公司动态 346

第十章 电脑行业发展趋势及策略 349

第一节 电脑行业发展策略 349

一、笔记本电脑营销模式 349

二、计算机行业发展策略 352

三、电脑下乡营销策略 368

第二节 2009年笔记本市场发展趋势 372

一、品牌发展趋势预测 372

二、价格发展趋势预测 373

三、产品发展趋势预测 376

四、技术发展趋势预测 379

五、渠道发展趋势预测 382

第三节 电脑细分市场趋势 383

一、2009年电脑行业发展趋势 383

二、2009年中国PC市场走势 384

三、PC小型节能化趋势 385

四、2011-2012年电脑发展趋势 391

第四节 2009年电脑细分市场趋势 400

一、2009年笔记本电脑流行趋势 400

二、2009年台式电脑市场发展趋势 403

三、2009年笔记本与桌面电脑发展趋势 404

四、2009年笔记本电脑市场预测 411

图表目录

图表：计算机行业各技术架构的性能特点 3

图表：PC终端技术发展路径 4

图表：Win系列操作系统消费功能演进 4

图表：网络消费主要内容 5

图表：2002-2010年B2B电子商务市场规模 5

图表：计算机行业各细分市场看点 7

图表：2003-2010年网络游戏市场规模 8

图表：我国各行业信息化水平 9

- 图表：2009-2012年全球PC出货增长率预测 19
- 图表：2009-2012年全球PC出货量预测 19
- 图表：全球十大PC市场 24
- 图表：笔记本品牌现状 26
- 图表：台式机品牌现状 27
- 图表：2008年处理器市场占有率情况 28
- 图表：2008年Q3全球PC出货量排名 29
- 图表：2008年Q1-Q3中国市场笔记本品牌占有率及排行 32
- 图表：2008年Q1-Q3中国市场品牌机品牌占有率及排行 34
- 图表：2008年2月我国计算机产量统计 39
- 图表：2008年3月我国计算机产量统计 39
- 图表：2008年4月我国计算机产量统计 39
- 图表：2008年5月我国计算机产量统计 39
- 图表：2008年6月我国计算机产量统计 39
- 图表：2008年7月我国计算机产量统计 39
- 图表：2008年8月我国计算机产量统计 40
- 图表：2008年9月我国计算机产量统计 40
- 图表：2008年10月我国计算机产量统计 40
- 图表：2008年11月我国计算机产量统计 40
- 图表：2008年12月我国计算机产量统计 40
- 图表：2008年2月我国微型计算机产量统计 40
- 图表：2008年3月我国微型计算机产量统计 40
- 图表：2008年4月我国微型计算机产量统计 41
- 图表：2008年5月我国微型计算机产量统计 41
- 图表：2008年6月我国微型计算机产量统计 41
- 图表：2008年7月我国微型计算机产量统计 41
- 图表：2008年8月我国微型计算机产量统计 41
- 图表：2008年9月我国微型计算机产量统计 41
- 图表：2008年10月我国微型计算机产量统计 41
- 图表：2008年11月我国微型计算机产量统计 42
- 图表：2008年12月我国微型计算机产量统计 42
- 图表：2008年1-2月我国笔记本计算机产量统计 42
- 图表：2008年1-3月我国笔记本计算机产量统计 42
- 图表：2008年1-4月我国笔记本计算机产量统计 42
- 图表：2008年1-5月我国笔记本计算机产量统计 42

- 图表：2008年1-6月我国笔记本计算机产量统计 43
- 图表：2008年1-7月我国笔记本计算机产量统计 43
- 图表：2008年1-8月我国笔记本计算机产量统计 43
- 图表：2008年1-9月我国笔记本计算机产量统计 43
- 图表：2008年1-10月我国笔记本计算机产量统计 43
- 图表：2008年1-11月我国笔记本计算机产量统计 43
- 图表：2008年1-12月我国笔记本计算机产量统计 43
- 图表：2008年国内各细分PC市场销售额增长率 45
- 图表：2008年国内各区域PC市场销售额增长率 46
- 图表：2008-2009年电脑用户购买台式电脑意向 51
- 图表：用户首选台式电脑的品牌 52
- 图表：用户选择品牌机的原因 53
- 图表：用户购买品牌电脑能承受的价格 54
- 图表：2008-2009年用户打算购买笔记本的意向 55
- 图表：用户目前使用的笔记本使用时长 56
- 图表：用户使用笔记本的用途 57
- 图表：用户正在使用的笔记本品牌 58
- 图表：用户首选的笔记本电脑品牌 59
- 图表：用户购买笔记本最看重的因素 60
- 图表：用户购买笔记本能承受的价格 61
- 图表：用户购买笔记本对屏幕的选择 61
- 图表：用户是否会选择上网本产品 63
- 图表：消费者更倾向于选购什么样的台式机 64
- 图表：消费者在相同价格相同配置状况下选择品牌机还是兼容机 65
- 图表：消费者选购台式机最关心的问题是什么 66
- 图表：2008年计算机整机市场 70
- 图表：2008年中国市场最受用户关注的15大笔记本电脑品牌分布 71
- 图表：2008年中国市场最受用户关注的15大笔记本电脑品牌排行榜 72
- 图表：2008年Q1-Q4联想、惠普、戴尔笔记本电脑品牌关注比例走势 74
- 图表：2008年Q1-Q4华硕、神舟、宏碁笔记本电脑品牌关注比例走势 75
- 图表：2008年Q1-Q4索尼、东芝、三星笔记本电脑品牌关注比例走势 76
- 图表：2008年Q2联想与其他笔记本电脑品牌搜索人群重合度 77
- 图表：2008年Q2惠普与其他笔记本电脑品牌搜索人群重合度 78
- 图表：2008年Q2戴尔与其他笔记本电脑品牌搜索人群重合度 79
- 图表：2008年Q2联想、惠普、戴尔笔记本电脑品牌重合度对比 80

- 图表：2008年中国市场最受用户关注的十大国际笔记本电脑品牌排行榜 81
- 图表：2008年中国市场最受用户关注的五大国内笔记本电脑品牌排行榜 83
- 图表：2008年中国市场最受用户关注的十大消费笔记本电脑品牌分布 84
- 图表：2008年中国市场最受用户关注的十大商用笔记本电脑品牌分布 85
- 图表：2008年中国市场最受用户关注的十大轻薄笔记本电脑品牌分布 86
- 图表：2008年中国台式PC市场销量/销售额 95
- 图表：2008年1月-11月上网本关注比例走势 104
- 图表：2008年第三季度全球Netbook出货量分布 106
- 图表：2008年第三季度全球笔记本电脑市场占有率分布 107
- 图表：2008年经济形势走势 112
- 图表：2008年12月最受用户关注的前十款台式电脑排行 115
- 图表：上榜产品的市场报价与主要参数的对比状况。 115
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户性别分布 122
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户年龄分布 123
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户所在区域分布 124
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户城乡分布 125
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户婚姻状况分布 126
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户个人月收入分布 127
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户家庭月收入分布 128
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户受教育程度分布 129
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户所在行业分布 130
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户所在单位人员规模分布 131
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户所在单位年产值规模分布 132
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户兴趣爱好分布--音乐 133
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户兴趣爱好分布--电影 134
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户兴趣爱好分布--电视 135
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户兴趣爱好分布--游戏 135
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户兴趣爱好分布--阅读 136
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户兴趣爱好分布--艺术 137
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户兴趣爱好分布--体育 138
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户兴趣爱好分布--购物 139
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户兴趣爱好分布--旅游出行 140
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户兴趣爱好分布--路线信息 140
- 图表：2008年中国笔记本电脑用户上网地点分布 141
- 图表：2008年对中国笔记本电脑用户最具吸引力的广告形式分布 142

- 图表：2008年中国笔记本电脑用户网络广告点击行为分布 143
- 图表：2008年主流品牌笔记本电脑用户兴趣爱好分布对比--音乐 144
- 图表：2008年主流品牌笔记本电脑用户兴趣爱好分布对比--电影 145
- 图表：2008年主流品牌笔记本电脑用户兴趣爱好分布对比--电视 146
- 图表：2008年主流品牌笔记本电脑用户兴趣爱好分布对比--游戏 147
- 图表：2008年主流品牌笔记本电脑用户兴趣爱好分布对比--购物 148
- 图表：2008年主流品牌笔记本电脑用户兴趣爱好分布对比--旅游 149
- 图表：2007年与2008年百款热门机型不同时间段上市产品数量分布比例 152
- 图表：2008年百款热门笔记本不同品牌产品数量分布 153
- 图表：2008年百款热门笔记本不同品牌产品关注比例分布 154
- 图表：2008年不同品牌热门笔记本单位产品关注度贡献率 155
- 图表：2008年不同价格区间热门笔记本产品数量分布 156
- 图表：2008年不同价格区间热门笔记本关注比例分布 157
- 图表：2008年百款热门机型与整体市场不同价位产品关注比例对比 158
- 图表：2008年百款热门机型与整体市场均价对比 159
- 图表：2008年不同类型热门笔记本产品数量分布 160
- 图表：2008年不同类型热门笔记本关注比例分布 160
- 图表：2008年宽屏与普屏热门笔记本产品数量分布 161
- 图表：2008年不同屏幕尺寸热门笔记本产品数量分布 162
- 图表：2008年主流处理器配置热门笔记本产品数量分布 163
- 图表：2008年不同显卡类型热门笔记本产品数量分布 164
- 图表：2008年不同内存大小热门笔记本产品数量分布 165
- 图表：2008年不同硬盘容量热门笔记本产品数量分布 166
- 图表：2008年不同重量热门笔记本产品数量分布 167
- 图表：2008年联想热门机型产品线分布 168
- 图表：2008年联想不同价位段热门机型数量与关注度分布 169
- 图表：2008年联想不同类型热门笔记本数量与关注度分布 170
- 图表：2008年联想不同屏幕尺寸热门机型数量分布 171
- 图表：2008年联想主流处理器配置热门机型数量分布 172
- 图表：2008年惠普热门机型产品线分布 173
- 图表：2008年惠普不同价位段热门机型数量与关注度分布 174
- 图表：2008年惠普不同类型热门笔记本数量与关注度分布 175
- 图表：2008年惠普主流处理器配置热门机型数量分布 176
- 图表：2008年戴尔热门机型产品线分布 177
- 图表：2008年戴尔不同价位段热门机型数量与关注度分布 178

- 图表：2008年戴尔不同类型热门笔记本数量与关注度分布 179
- 图表：2008年戴尔不同屏幕尺寸热门机型数量分布 180
- 图表：2008年戴尔主流处理器配置热门机型数量分布 181
- 图表：2008年11月-12月笔记本市场价格指数走势对比 184
- 图表：2008年12月笔记本市场均价走势 185
- 图表：2008年12月主流屏幕尺寸笔记本市场价格指数走势 186
- 图表：2008年12月主流屏幕尺寸笔记本市场均价走势 187
- 图表：2008年12月主流CPU类型笔记本市场价格指数走势 188
- 图表：2008年12月主流CPU类型笔记本市场均价走势 189
- 图表：2008年11月-12月主流屏幕尺寸笔记本降价产品数量分布 190
- 图表：2008年11月-12月主流处理器配置笔记本降价产品数量分布 190
- 图表：2008年12月不同价格区间笔记本降价产品数量分布 191
- 图表：2008年12月笔记本市场主流品牌均价对比 192
- 图表：2008年12月主流品牌迅驰2笔记本市场均价对比 193
- 图表：2008年12月主流品牌SantaRosa笔记本市场均价对比 194
- 图表：2008年12月最受用户关注的15大笔记本品牌关注分布 195
- 图表：2008年12月中国市场七大区域笔记本关注比例分布 197
- 图表：2008年12月不同价格区间笔记本关注比例分布 198
- 图表：2008年11月-12月不同价格区间笔记本关注比例对比 199
- 图表：2008年11月-12月不同CPU类型笔记本关注比例分布 200
- 图表：2008年11月-12月不同显卡类型笔记本关注比例对比 201
- 图表：用户笔记本购买预算 204
- 图表：用户笔记本购买品牌倾向调查 205
- 图表：用户对独立显卡的需求 206
- 图表：固态硬盘用户需求调查 206
- 图表：平板手写用户需求调查 207
- 图表：GPS用户需求调查 208
- 图表：正版预装系统用户需求调查 208
- 图表：2009年1月中国笔记本市场价格指数走势 210
- 图表：2009年1月笔记本市场均价走势 211
- 图表：2009年1月主流屏幕尺寸笔记本市场价格指数走势 212
- 图表：2009年1月主流屏幕尺寸笔记本市场均价走势 213
- 图表：2009年1月主流CPU类型笔记本市场价格指数走势 214
- 图表：2009年1月主流CPU类型笔记本市场均价走势 215
- 图表：2008年12月-2009年1月主流屏幕尺寸笔记本降价产品数量分布 215

- 图表：2009年1月主流处理器配置笔记本降价产品数量分布 216
- 图表：2009年1月不同价格区间笔记本降价产品数量分布 217
- 图表：2009年1月笔记本市场主流品牌均价对比 218
- 图表：2009年1月主流品牌迅驰2笔记本市场均价对比 219
- 图表：2009年1月主流品牌SantaRosa笔记本市场均价对比 220
- 图表：2007-2008年全球PC处理器厂商市场份额 222
- 图表：2007-2008年全球桌面领域厂商市场份额 223
- 图表：2007-2008年全球笔记本厂商市场份额 223
- 图表：2007-2008年全球服务器厂商市场份额 224
- 图表：全球各地区每百万人拥有ATM终端机数量 241
- 图表：2006-2011年我国软件外包市场规模及增长情况 241
- 图表：2008年笔记本电脑与台式电脑关注指数对比 250
- 图表：2008年家用与商用笔记本关注比例对比 251
- 图表：2008年不同类型笔记本关注比例走势 252
- 图表：2008年不同价格区间笔记本关注比例分布 253
- 图表：2008年主流价位笔记本关注比例走势 254
- 图表：2008年宽屏与普屏笔记本关注比例对比 256
- 图表：2008年宽屏与普屏笔记本关注比例走势 257
- 图表：2008年不同屏幕尺寸笔记本关注比例分布 258
- 图表：2008年不同屏幕尺寸笔记本关注比例走势 259
- 图表：2008年主流CPU类型笔记本关注比例分布 260
- 图表：2008年主流CPU类型笔记本关注比例走势 261
- 图表：2008年集显与独显笔记本关注比例对比 262
- 图表：2008年集显与独显笔记本关注比例走势 263
- 图表：2008年中国市场最受用户关注的15大笔记本电脑品牌分布 266
- 图表：2008年与2007年联想主流机型产品线及产品数量分布 268
- 图表：2008年联想不同系列笔记本关注比例分布 269
- 图表：2008年联想不同系列笔记本单款产品关注度贡献率 270
- 图表：2008年与2007年ThinkPad主流机型产品线及产品数量分布 271
- 图表：2008年ThinkPad不同系列笔记本关注比例分布 272
- 图表：2008年ThinkPad不同系列笔记本单款产品关注度贡献率 273
- 图表：2008年与2007年联想不同价位段笔记本数量分布 274
- 图表：2008年联想不同价位段笔记本关注比例分布 274
- 图表：2008年联想不同价位段笔记本单款产品关注度贡献率 275
- 图表：2008年与2007年ThinkPad不同价位段笔记本数量分布 276

- 图表：2008年ThinkPad不同价位段笔记本关注比例分布 276
- 图表：2008年ThinkPad不同价位段笔记本单款产品关注度贡献率 277
- 图表：2008年与2007年惠普主流机型产品线及产品数量分布 279
- 图表：惠普不同系列笔记本关注比例分布 280
- 图表：2008年惠普不同系列笔记本单款产品关注度贡献率 281
- 图表：2008年与2007年惠普不同价位段笔记本数量分布 282
- 图表：2008年惠普不同价位段笔记本关注比例分布 282
- 图表：2008年惠普不同价位段笔记本单款产品关注度贡献率 283
- 图表：2008年与2007年戴尔主流机型产品线及产品数量对比 285
- 图表：2008年戴尔不同系列笔记本关注比例分布 286
- 图表：2008年戴尔不同系列笔记本单款产品关注度贡献率 287
- 图表：2008年与2007年戴尔不同价位段笔记本数量对比 288
- 图表：2008年戴尔不同价位段笔记本关注比例分布 288
- 图表：2008年戴尔不同价位段笔记本单款产品关注度贡献率 289
- 图表：2008年华硕主流机型产品线及产品数量分布 291
- 图表：2008年华硕不同系列笔记本关注比例分布 292
- 图表：2008年华硕不同系列笔记本单款产品关注度贡献率 293
- 图表：2008年与2007年华硕不同价位段笔记本数量对比 294
- 图表：2008年华硕不同价位段笔记本关注比例分布 294
- 图表：2008年华硕不同价位段笔记本单款产品关注度贡献率 295
- 图表：2008年神舟主流机型产品线及产品数量分布 297
- 图表：2008年神舟不同系列笔记本关注比例分布 298
- 图表：2008年神舟不同系列笔记本单款产品关注度贡献率 298
- 图表：2008年神舟不同价格段笔记本数量分布 299
- 图表：2008年神舟不同价位段笔记本关注比例分布 300
- 图表：2008年神舟不同价位段笔记本单款产品关注度贡献率 301
- 图表：2007年与2008年主流价位笔记本关注比例变化 374
- 图表：2008年1月-12月主流价位笔记本关注比例走势 374
- 图表：2008年1月-12月中国笔记本电脑市场均价走势 375
- 图表：2008年1月-12月Netbook关注指数走势 376
- 图表：2007年与2008年主流屏幕尺寸笔记本关注比例变化 377
- 图表：2008年1月-12月主流屏幕尺寸笔记本关注比例走势 378
- 图表：2008年1月-12月主流CPU类型笔记本关注比例走势 380
- 图表：2007年与2008年独显与集显笔记本关注比例变化 381
- 图表：选择网上订购用户增多 383

图表：平面型晶体管 392

图表：理想型晶体管 393

图表：三栅极晶体管 393

图表：三栅极晶体管的截面和外观照片 394

图表：利用荷兰ASML公司的NA1.35液浸曝光设备“XT1900i”得到的36.5纳米成像图案 395

图表：AMD的加速计算方案 396

图表：2006-2011年中国市场PC出货量预测 398

图表：2007-2009年全球NB出货量与PC出货量增长对比 398

图表：1994-2011年全球PC出货量统计及预测 399

图表：2005-2011年中国计算机业务结构变化 399

图表：2005-2009年中小企业推动国内IT市场增长 399

图表：2003-2010年国内笔记本和台式机销量与增长率 400

图表：2006-2011年国内笔记本细分市场 400

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jisuanji/3232032320.html>