

2023-2029年中国笔记本电脑 市场前景研究与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2023-2029年中国笔记本电脑市场前景研究与投资战略咨询报告》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.chinairr.org/report/R03/R0302/202309/01-555268.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

中国笔记本电脑市场已经进入比较成熟的阶段。近年来，随着经济的逐步复苏，我国笔记本电脑市场开始重回增长通道，国家两化融合战略的实施成为市场销售增长的动力之一；同时3G商用、芯片与操作系统新品推出、电脑下乡、以旧换新等事件与政策也推动市场强劲增长。

笔记本市场竞争火热，市场份额被几大主要品牌商占据。华为、小米等新兴笔记本品牌热度不输华硕、惠普等传统品牌。而且笔记本越来越趋向于轻薄化、年轻化、时尚化，也就是说笔记本的同质化也是需要各大企业不得不面对的新问题，满足用户不断产生的变化的新需求，也是笔记本市场竞争的必经之路。

国际市场研究机构Canalys数据显示，2020年的全球笔记本电脑出货量达到了2.351亿台，高于台式机的6190万台。在2020年达到高点后，在2021年同比增长19%，再次达到创纪录的2.68亿。2021年Q4，联想笔记本电脑出货量(批发)为1620万台，同比下降9%，环比增长6%;2021年Q4，惠普保持第二的位置，笔记本电脑出货量达到1450万台，同比下降4%;戴尔笔记本电脑出货量达到创纪录的1320万台，同比增长14%，环比增长8%;苹果macOS延续了之前的势头，在2021年Q4创造了该公司历史，在假日季出货量超过660万，同比增长了11%;宏碁以520万台的笔记本电脑出货量重返前五名，与上一季度受供应问题的负面影响相比，环比增长6%。从全年的情况来看，依然是联想品牌打头，占了28%左右的市场份额。其余品牌则还包括华为、苹果、ThinkPad、戴尔、惠普、华硕、荣耀等品牌，市场占比势均力敌。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国笔记本电脑市场前景研究与投资战略咨询报告》从行业走势、细分市场、品牌格局、产品结构、市场需求、消费者特征等多方面多角度阐述了笔记本电脑的市场状况，并在此基础上对笔记本电脑市场的发展前景和未来走势进行客观分析和预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、产业研究报告网、产业研究报告网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对笔记本产业有个系统深入的了解、或者想投资笔记本行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 笔记本电脑概述

1.1 笔记本电脑的定义

1.2 笔记本电脑的分类

1.3 笔记本电脑的组成

- 1.3.1 外壳
- 1.3.2 显示屏
- 1.3.3 处理器
- 1.3.4 定位设备
- 1.3.5 其他
- 1.4 笔记本电脑的发展史

第二章 2020年笔记本电脑市场分析

- 2.1 全球市场特点
 - 2.1.1 行业并购在继续
 - 2.1.2 平板电脑受到市场追捧
 - 2.1.3 中国制造从东向西转移在继续
- 2.2 中国市场概述
 - 2.2.1 总体概况
 - 2.2.2 基本特点
 - 2.2.3 技术发展
- 2.3 品牌结构分析
 - 2.3.1 年度品牌结构
 - 2.3.2 季度品牌结构
 - 2.3.3 品牌成长指数
- 2.4 产品结构分析
 - 2.4.1 价格段结构
 - 2.4.2 不同定位产品结构
 - 2.4.3 不同显卡产品结构
- 2.5 区域结构分析
 - 2.5.1 分地区
 - 2.5.2 分省份
- 2.6 主流厂商发展分析
 - 2.6.1 品牌走势对比
 - 2.6.2 产品结构对比

第三章 2021年笔记本电脑市场分析

- 3.1 市场运行状况
 - 3.1.1 影响因素
 - 3.1.2 市场动态
- 3.2 品牌关注度分析
 - 3.2.1 品牌关注比例格局
 - 3.2.2 品牌产品关注比例
- 3.3 产品关注度分析
 - 3.3.1 不同价位段产品
 - 3.3.2 不同定位产品
 - 3.3.3 不同处理器产品
 - 3.3.4 不同屏幕尺寸产品
 - 3.3.5 不同显卡产品
- 3.4 市场价格走势
 - 3.4.1 市场均价及走势
 - 3.4.2 家用产品市场
 - 3.4.3 商用产品市场

第四章 2022年笔记本电脑市场分析

- 4.1 市场运行状况
 - 4.1.1 影响因素
 - 4.1.2 市场动态
- 4.2 品牌关注度分析
 - 4.2.1 品牌关注比例格局
 - 4.2.2 品牌产品关注比例
- 4.3 产品关注度分析
 - 4.3.1 不同价位段产品
 - 4.3.2 不同定位产品
 - 4.3.3 不同处理器产品
 - 4.3.4 不同屏幕尺寸产品
 - 4.3.5 不同显卡产品
- 4.4 市场价格走势
 - 4.4.1 市场均价及走势

4.4.2 家用产品市场

4.4.3 商用产品市场

第五章 2021-2023年中国笔记本电脑出口情况

5.1 出口退税

5.2 2020年出口情况

5.2.1 总体状况

5.2.2 出口平均价格

5.2.3 主要出口市场

5.2.4 出口方式

5.3 2021年出口情况

5.3.1 总体状况

5.3.2 出口平均价格

5.3.3 主要出口市场

5.3.4 出口方式

5.4 2022年出口情况

5.5 出口主要产地分布

5.5.1 我国笔记本电脑出口的主要产地

5.5.2 2019年出口主要产地

5.5.3 2020年出口主要产地

5.5.4 2021年出口主要产地

5.6 出口主要产地现状

5.6.1 上海

5.6.2 江苏

5.6.3 广东

5.6.4 重庆

第六章 2021-2023年笔记本电脑国内消费者需求分析

6.1 笔记本电脑消费者结构特征分析

6.1.1 性别结构

6.1.2 年龄结构

6.1.3 学历结构

- 6.1.4 职业结构
- 6.2 笔记本电脑应用现状分析
 - 6.2.1 拥有率分析
 - 6.2.2 预购买时间
- 6.3 笔记本电脑消费者需求特征及偏好分析
 - 6.3.1 主要用途分析
 - 6.3.2 首要因素分析
 - 6.3.3 类型倾向分析
 - 6.3.4 心理价位分析
- 6.4 消费者对笔记本电脑的综合定位分析
 - 6.4.1 消费者对产品性能及价格因素的衡量
 - 6.4.2 消费者追求高配置状况分析

第七章 2021-2023年笔记本电脑国际市场需求分析

- 7.1 美国
- 7.2 德国
- 7.3 英国
- 7.4 法国

第八章 对笔记本电脑市场前景趋势分析

- 8.1 笔记本电脑市场前景展望
 - 8.1.1 未来笔记本电脑市场的影响因素
 - 8.1.2 未来笔记本电脑市场仍将保持高速增长
 - 8.1.3 未来笔记本电脑市场结构预测
- 8.2 笔记本电脑市场的发展趋势
 - 8.2.1 平板电脑/MID将对笔记本电脑市场带来冲击
 - 8.2.2 渠道、产品、服务推动3级以下市场开拓
 - 8.2.3 商务模式创新提升竞争力

图表目录

图表 中国最受用户关注的10大家用笔记本电脑品牌排名

图表 中国最受用户关注的10大家用笔记本电脑品牌比例分布

图表 中国最受用户关注的10大家用笔记本电脑品牌对比

图表 中国最受用户关注的10大家用笔记本产品系列排名

图表 中国最受用户关注的10大商用笔记本电脑品牌排名

图表 中国最受用户关注的10大商用笔记本电脑品牌比例分布

图表 中国最受用户关注的10大商用笔记本电脑品牌对比

图表 中国最受用户关注的10大商用笔记本产品系列排名

图表 中国最受用户关注的10大国际笔记本电脑品牌排名

图表 中国最受用户关注的10大商用笔记本电脑品牌比例分布

图表 中国最受用户关注的10大国际笔记本电脑品牌对比

图表 10大热门国际笔记本电脑品牌最受关注产品系列分布

图表 中国最受用户关注的5大国内笔记本电脑品牌排名

图表 中国最受用户关注的5大国内笔记本电脑品牌比例分布

图表 中国最受用户关注的5大国内笔记本电脑品牌对比

图表 5大热门国内笔记本电脑品牌最受关注产品系列分布

图表 中国最受用户关注的15大笔记本电脑品牌排名

图表 中国最受用户关注的15大笔记本电脑品牌比例分布

图表 中国最受用户关注的15大笔记本电脑品牌对比

图表 中国最受用户关注的15大笔记本电脑品牌对比

图表 中国最受用户关注的10大笔记本产品系列排名

图表 联想、惠普、华硕笔记本电脑品牌关注比例走势

图表 戴尔、神舟、宏碁笔记本电脑品牌关注比例走势

图表 联想笔记本电脑品牌关注度流失状况

图表 惠普笔记本电脑品牌关注度流失状况

图表 华硕笔记本电脑品牌关注度流失状况

图表 联想、惠普、华硕笔记本电脑品牌重合度对比

图表 中国笔记本电脑市场品牌关注比例分布

图表 中国笔记本电脑市场联想、华硕、惠普品牌关注比例走势

图表 中国笔记本电脑市场产品关注排名

图表 中国笔记本电脑市场最受用户关注的十五款产品及参数

图表 中国笔记本电脑市场不同价位段产品关注比例分布

图表 中国笔记本电脑市场主流价位段产品关注比例走势

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0302/202309/01-555268.html>