

2014-2020年中国计算机行业 监测与未来发展前景预测报告

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

《2014-2020年中国计算机行业监测与未来发展前景预测报告》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/201405/104898.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

美国计算机市场在2009年第四季度打破记录，共售出了2070万台计算机，比2008年同期上升了24%。继2009年上半年全球个人电脑市场发展遭遇重重限制之后，下半年全球经济进一步复苏，加上个人电脑打出大幅折扣，使全球个人电脑市场出现反弹。全球个人电脑市场2009年全年增长率为2.9%。实际上，全球范围内计算机销量都出现了一致性的增长，这自然受益于计算机售价的整体下调。2009年第四季度，全球计算机市场销量较2008年同期增长了15.2%。计算机销量的增长直接让很多与计算机市场相关的厂商获得了巨大利益，比如Intel、微软和惠普。同时上网本的大受欢迎和Windows 7的发布都刺激了计算机市场的增长。不过，Windows 7对计算机销量的增长所起到的推动作用是“很温和的”，虽然消费者开始购买新的硬件以便可以使用Windows 7，不过企业用户大多数还没有开始部署。2009年第四季度全球PC销量增长22.1%，创下7年以来最大同比增速，亚太地区表现尤其强劲。随着企业利润恢复以及Windows 7的发布，新的PC采购周期已经到来，估计2010-2011年将是PC厂商的“大年”。全球个人电脑市场有望在2010年增长12.6%。新兴的市场地区将对市场复苏起显著作用，预计2010年将有18.5%的增长，超过较为成熟的市场地区。后者2010年增速将达7.2%，2010年增速将超过10%。便携式个人电脑将仍为市场增长主力，2012年出货量将占全球电脑的70%。

国内计算机行业的品牌机厂商主要分为两类：一类是以联想、方正、清华同方为代表的国内品牌厂商，一类是以戴尔、IBM、惠普、康柏为代表的已实现本地化生产的国外品牌厂商。随着信息技术应用的普及和共享性的增强，单纯依据技术构成很难区分品牌的差异，固有的品牌知名度和美誉度在一定程度上固化了电脑的市场格局。其中国内品牌在家用电脑市场上居于领先地位，而国外品牌在商用电脑高端市场上有一定的优势。各厂商为了保持或扩大份额，在各自的细分市场上进行着激烈的竞争。现在各PC厂商处境艰难，急于寻找新的市场增长点。另一方面，农村电脑市场呈现出巨大潜力。目前农村网民已达11508万，占全国网民近三分之一。其中，由于电脑设备的缺乏，有23%的人借助手机上网，但费用昂贵，没有相应的上网设备已成为农民不上网的首要原因。据估算，我国农村电脑市场规模约100-120亿。尽管迅速增长的农村市场已成为众PC厂商眼中的“肥肉”，但要抢得到，吞得下，还需克服三大难题，即渠道建设、电脑配套服务和针对农村市场特点的功能设计。尽管面临困难，但众PC厂商仍然把战略重点投向了农村市场。在农村市场上，海尔、联想等国产品牌的优势更为明显。未来五年，中国个人电脑市场销量仍将保持增长态势，但是增长速度将进一步减缓。2012年这一市场的销售额有望达到2638亿元。

本行业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、工业和信息化部、国

家经济信息中心、国务院发展研究中心、计算机行业协会、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，对我国计算机行业发展现状、发展趋势、竞争格局、投资前景等进行了分析，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。您若想对计算机行业有个系统的了解或者想投资计算机生产制造及相关行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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 2013年全球电脑市场发展现状分析 11

一、2012年全球电脑市场概述 11

二、2013年全球PC市场分析 12

三、2012-2013年全球个人电脑市场分析 15

四、2012-2013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 2014-2020年全球电脑市场发展预测 22

一、2014年全球PC出货量预测 22

二、2014-2020年全球笔记本电脑市场预测 23

三、2014年全球工业电脑市场规模预测 24

四、2014年全球平板电脑出货量预测 25

五、2015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 2013年电脑产业市场现状分析 31

一、2013年我国电子计算机产业发展情况 31

二、2013年电脑市场发展分析 31

三、2013年电脑市场热点分析 32

四、2013年我国工业计算机产业发展特点 33

五、2013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、2013年中国一体电脑市场研究年度报告 45

八、2013年中国上网本市场 55

第三节 2014年电脑产业市场预测 65

一、2014年电脑市场形势分析 65

二、2014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、2014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 2013-2014年中国电子计算机制造业经济运行数据分析 71

第一节 2013-2014年全国电子计算机制造业主要经济指标 71

一、2013年全国电子计算机制造业主要经济指标 71

二、2014年全国电子计算机制造业主要经济指标 72

第二节 2013-2014年全国电子计算机制造业产品生产情况 74

一、2013年全国电子计算机制造业生产情况分析 74

二、2014年全国电子计算机制造业生产情况分析 75

第三节 2013-2014年全国及各省市电子计算机制造业产销数据分析 78

一、2013年全国及各省市电子计算机制造业产销数据分析 78

二、2014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 2013-2014年全国及各省市电子计算机制造业资产负债分析 88

一、2013年全国及各省市电子计算机制造业资产负债分析 88

二、2014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 2013-2014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、2013年全国及各省市电子计算机制造业行业规模分析	95
二、2014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 2013-2014年全国及各省市电子计算机制造业盈利能力分析	100
一、2013年全国及各省市电子计算机制造业盈利能力分析	100
二、2014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 2013-2014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 2013-2014年全国电子计算机整机制造业主要经济指标	109
一、2013年全国电子计算机整机制造业主要经济指标	109
二、2014年全国电子计算机整机制造业主要经济指标	110
第二节 2013-2014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、2013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、2014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 2013-2014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、2013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、2014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 2013-2014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	124
一、2013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、2014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 2013-2014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、2013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、2014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、2013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、2014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 2014年台式电脑市场深度分析	152

一、2014年中国台式电脑市场概述	152
二、2014年中国台式电脑市场结构分析	153
三、2014年中国台式电脑市场主流厂商分析	158
第四节 2014年暑期台式机市场消费行为分析	162
一、2014年度台式机市场消费者调查	162
二、2014年中国台式电脑市场学生消费行为调查	165
第五节 2014-2020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 2013年笔记本电脑发展现状分析	170
一、2013年笔记本行业发展概况	170
二、2013年中国笔记本市场及出货分析	171
三、2013年笔记本电脑进出口分析	177
四、2013年中国笔记本市场热门机型分析	180
第二节 2014年中国笔记本市场深度分析	199
一、2014年中国笔记本电脑市场概述	200
二、2014年中国笔记本电脑市场结构分析	200
三、2014年中国笔记本电脑市场主流厂商分析	212
第三节 2014年笔记本市场消费调查	216
一、2014年消费者暑期购买笔记本倾向调研	216
二、2014年中国笔记本电脑市场学生消费行为调查	225
第四节 2014-2020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 2014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2014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 2014年中国服务器市场分析	246

一、2014年中国服务器市场概述	247
二、2014年中国服务器市场结构分析	247
三、2014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、2014年服务器技术发展趋势十大预测	258
三、2014年中国服务器市场出货量将达189.6万台	260
四、2014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 2014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 2014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 2014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、2014年固态硬盘出货量将快速成长	425
五、2014年中国硬盘市场趋势预测	427
第四节 2014年计算机主板市场分析	430
一、2014年计算机主板市场发展概述	431

二、2014年主板市场竞争格局研究	431
三、2014年中国主板市场趋势预测	431
第五节 2014年计算机内存市场分析	434
一、2014年内存整体市场分析	434
二、DDR内存市场分析	434
三、2014年内存市场态势五大预测	437
四、2014年中国内存市场趋势预测	439
第六节 2014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、2014年中国CPU市场趋势预测	450
第七节 2014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、2014年中国显示器市场分析	453
三、2014年中国液晶显示器市场分析	462
四、2014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、2014年中国液晶显示器市场趋势预测	476
第八节 2014年其他组件市场分析	479
一、2014年音箱市场分析	479
二、2014年中国激光打印机市场分析	485
三、2014年中国光存储市场综述	498
四、2014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）2014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、2014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、2014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、2014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、2014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、2014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、2014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 2014-2020年电脑行业发展趋势预测 642

第一节 2014-2020年电脑市场发展趋势 642

一、2014-2020年电脑市场发展趋势 642

二、2014-2020年台式电脑发展趋势 644

三、2014-2020年笔记本电脑发展趋势 646

第二节 2014-2020年计算机市场前景预测 649

一、PC市场前景预测 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 2014-2020年计算机外设及配件市场前景预测 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、2014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 2014-2020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 2014-2020年电脑行业投资策略探讨	679
第一节 2014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、2014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 2014-2020年计算机行业投资分析	685
一、2014-2020年计算机行业增长稳定	685
二、2014-2020年计算机行业投资机会分析	686
三、2014-2020年计算机产业投资策略	687
图表目录	
图表：2006-2014年全球PC出货量及增长率	11
图表：2014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：2013年全球PC厂商出货情况	17
图表：2014年四大厂商PC出货量	18

图表：2014年全球PC厂商出货及市场份额 18

图表：2008-2014年世界笔记本电脑销售趋势 22

图表：2013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：2013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：2004-2013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：2014年中国一体电脑市场品牌关注比例分布 47

图表：2013 - 2014年中国一体电脑市场品牌关注比例对比 47

图表：2013年Q1 - Q4中国一体电脑市场品牌关注排名对比 48

图表：2014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年中国上网本市场品牌关注比例分布 57

图表：2013 - 2014年中国上网本市场品牌关注比例对比 57

图表：2014年Q1 - Q4中国上网本市场品牌关注排名对比 58

图表：2014年中国上网本市场不同价格段产品关注比例分布 59

图表：2014年中国上网本市场不同处理器产品关注比例分布 59

图表：2014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：2014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：2014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：2013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：2014年电子计算机制造业主要经济指标全国统计数据 72

图表：2013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：2014年各季度规模以上制造业收入、利润完成情况对比 76

图表：2014年电子信息产业固定资产投资情况 77

图表：2014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：2013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：2013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

图表：2013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） 80

图表：2013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） 81

图表：2013年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计产成品 81

图表：2013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 82

图表：2013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 83

图表：2013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 84

图表：2014年全国及各省市电子计算机制造业累计产成品 85

图表：2014年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 86

图表：2014年全国及各省市电子计算机制造业累计工业销售产值 86

图表：2014年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 87

图表：2013年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计资产总计 88

图表：2013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 89

图表：2013年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计负债合计 90

图表：2013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 91

图表：2014年全国及各省市电子计算机制造业累计资产总计 91

图表：2014年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 92

图表：2014年全国及各省市电子计算机制造业累计负债合计 93

图表：2014年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 94

图表：2013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 95

图表：2013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 96

图表：2013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 96

图表：2014年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 97

图表：2014年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 98

图表：2014年全国及各省市电子计算机制造业累计企业单位数 99

图表：2013年1-12月全国及各省市电子计算机制造业累计利润总额 100

图表：2013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 101

图表：2013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 101

图表：2013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 102

图表：2013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 103

图表：2014年全国及各省市电子计算机制造业累计利润总额 104

图表：2014年全国及各省市电子计算机制造业利润总额同比增长 105

图表：2014年全国及各省市电子计算机制造业累计亏损企业单位数 105

图表：2014年全国及各省市电子计算机制造业累计亏损企业亏损总额 106

图表：2014年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 107

图表：2013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 109

图表：2014年电子计算机整机制造业主要经济指标全国统计数据 110

图表：2013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） 112

图表：2013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） 112

图表：2013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） 113

图表：2013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） 114

图表：2013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 114

图表：2013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 115

图表：2013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 116

图表：2013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 116

图表：2014年全国及各省市电子计算机整机制造业累计产成品 117

图表：2014年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 118

图表：2013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 119

图表：2013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 119

图表：2013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 120

图表：2013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 121

图表：2014年全国及各省市电子计算机整机制造业累计资产总计 121

图表：2014年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 122

图表：2014年全国及各省市电子计算机整机制造业累计负债合计 123

图表：2014年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 124

图表：2013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 124

图表：2013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 125

图表：2013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 126

图表：2014年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 127

图表：2014年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 127

图表：2014年全国及各省市电子计算机整机制造业累计企业单位数 128

图表：2013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 129

图表：2013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 130

图表：2013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 130

图表：2013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 131

图表：2013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 131

图表：2014年全国及各省市电子计算机整机制造业累计利润总额 132

图表：2014年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 132

图表：2014年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 133

图表：2014年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 134

图表：2014年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 134

图表：2013年度中国最受用户关注的15大台式电脑品牌排名 136

图表：2013年度中国最受用户关注的15大台式电脑品牌比例分布 137

图表：2008-2013年度中国最受用户关注的15大台式电脑品牌对比 137

图表：2013年Q1-Q4中国最受用户关注的15大台式电脑品牌对比 138

图表：2013年度中国最受用户关注的10大台式电脑产品系列排名 139

图表：2013年Q1-Q4联想、惠普、戴尔台式电脑品牌关注比例走势 140

图表：2013年度联想台式电脑品牌关注度流失状况 141

图表：2013年度惠普台式电脑品牌关注度流失状况 142

图表：2013年度戴尔台式电脑品牌关注度流失状况 143

图表：2013年度联想、惠普、戴尔台式电脑品牌重合度对比 144

图表：2013年度中国最受用户关注的10大家用台式电脑品牌排名 145

图表：2013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 145

图表：2013年度中国最受用户关注的10大商用台式电脑品牌排名 146

图表：2013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 147

图表：2013年中国台式电脑市场最受用户关注的CPU品牌 148

图表：2013年中国台式电脑市场最受用户关注的CPU系列排行 149

图表：2014年中国台式电脑市场品牌关注比例分布 154

图表：2013 - 2014年中国台式电脑市场品牌关注比例对比 154

图表：2014年Q1 - Q4中国台式电脑市场品牌关注排名对比 155

图表：2014年中国台式电脑市场品牌成长指数对比 156

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 157

图表：2014年中国台式电脑市场不同类型产品关注比例分布 158

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 159

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 160

图表：2014年中国台式电脑市场主流品牌市售产品数量对比 161

图表：2014年中国台式电脑市场主流品牌单产品关注率对比 162

图表：台式购买普及率 163

图表：购买考虑因素 163

图表：台式机的购买价位 164

图表：台式机购买场所 165

图表：2014年新学期影响参与调查的学生消费者选择台式机的原因 166

图表：2014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 167

图表：2014年新学期参与调查的学生消费者选择DIY攒机的原因 167

图表：中国笔记本电脑零售市场销量及同步增长率 172

图表：中国110城市笔记本零售市场销量及同比增长率 173

图表：中国110城市笔记本零售市场平均单价走势 175

图表：中国110城市上网本零售市场销量及占比 175

图表：联想Y460 181

图表：联想IdeaPad Y460A-IFI 主要参数数据 182

图表：宏碁Aspire 4741G-432G32Mn 183

图表：宏碁Aspire 4741G-432G32Mn主要参数数据 184

图表：ThinkPad E40 0578A12 185

图表：ThinkPad E40 0578A12主要参数数据 186

图表：DELL 灵越系列 187

图表：戴尔 Inspiron 灵越 15R(Ins15RD-358)参数数据 188

图表：VAIO系列外观个性鲜明 189

图表：SONY EB37 参数数据 190

图表：苹果新MacBook Air简洁而不简单 191

图表：苹果新MacBook Air参数数据 192

图表：华硕年度畅销机型 K42 193

图表：华硕K42JV 参数数据 194

图表：惠普CQ42 195

图表：惠普CQ42 参数数据 196

图表：神舟K470-i5 197

图表：神舟K470-i5 参数数据 198

图表：2014年中国笔记本电脑市场品牌关注比例分布 201

图表：2013 - 2014年中国笔记本电脑市场品牌关注比例对比 202

图表：2014年中国消费笔记本电脑市场品牌关注比例分布 203

图表：2013 - 2014年中国消费笔记本电脑市场品牌关注比例对比 203

图表：2014年中国商务笔记本电脑市场品牌关注比例分布 204

图表：2013 - 2014年中国商务笔记本电脑市场品牌关注比例对比 205

图表：2014年Q1 - Q4中国笔记本电脑市场品牌关注排名对比 206

图表：2014年中国笔记本电脑市场品牌成长指数对比 207

图表：2014年中国笔记本电脑市场不同价格段产品关注比例分布 208

图表：2014年中国笔记本电脑市场不同定位产品关注比例分布 209

图表：2014年中国笔记本电脑市场不同显卡产品关注比例分布 210

图表：2014年中国笔记本电脑市场不同区域关注比例分布 211

图表：2014年中国笔记本电脑市场不同省份关注比例分布 212

图表：2014年中国笔记本电脑市场联想、华硕、惠普关注比例走势 212

图表：2014年中国笔记本电脑市场戴尔、宏碁、神舟关注比例走势 213

图表：2014年中国笔记本电脑市场主流品牌市售产品数量对比 214

图表：2014年中国笔记本电脑市场主流品牌单产品关注率对比 215

图表：若有购买笔记本的打算，会通过什么途径购买？ 217

图表 购买笔记本，选择什么途径了解相关信息 218

图表：购买笔记本，影响选择的主要因素是什么？ 219

图表：暑期购买笔记本电脑，品牌选择调查 220

图表：最希望购买什么价位的笔记本产品？ 221

图表：购买笔记本，CPU类型选择调查 222

图表：购买笔记本，显卡类型选择调查 223

图表：最希望购买什么屏幕尺寸的笔记本电脑？ 224

图表：2014年新学期参与调查的学生消费者对于笔记本电脑的尺寸偏好 225

图表：2014年新学期参与调查的学生消费者对于笔记本电脑处理器的偏好 226

图表：2014年新学期影响参与调查的学生消费者购买笔记本电脑的因素 227

图表：2008年中国PC服务器市场主要厂商销量市场份额 240

图表：2013年国产服务器战术、战果图 242

图表：2014年中国服务器市场品牌关注比例分布 248

图表：2013 - 2014年中国服务器市场品牌关注比例对比 248

图表：2014年Q1 - Q4中国服务器市场品牌关注排名对比 249

图表：2014年中国服务器市场品牌成长指数 250

图表：2014年中国服务器市场不同价格段产品关注比例分布 251

图表：2014年中国服务器市场不同类型产品关注比例分布 252

图表：2014年中国服务器市场主流品牌关注比例走势 253

图表：2014年中国服务器市场IBM、惠普、戴尔市售产品数量对比 254

图表：2014年中国服务器市场IBM、惠普、戴尔单产品关注率对比 255

图表：2014年上半年中国刀片式服务器品牌关注比例分布 256

图表：刀片式服务器复合增长率 256

图表：2014年中国CPU市场品牌关注比例分布 264

图表：2013 - 2014年中国CPU市场品牌关注比例对比 264

图表：2014年Q1 - Q4中国CPU市场品牌关注排名对比 265

图表：2014年中国CPU市场不同价格段产品关注比例分布 265

图表：2014年中国CPU市场不同制作工艺产品关注比例分布 266

图表：2014年中国CPU市场不同区域关注比例分布 267

图表：2014年中国CPU市场主流品牌关注比例走势 268

图表：2014年中国CPU市场Intel、AMD市售产品数量对比 269

图表：2014年中国CPU市场Intel、AMD单产品关注率对比 270

图表：2014年中国内存市场品牌关注比例分布 272

图表：2013 - 2014年中国内存市场品牌关注比例对比 272

图表：2014年Q1 - Q4中国内存市场品牌关注排名对比 273

图表：2014年中国内存市场品牌成长指数对比 274

图表：2014年中国内存市场不同价格段产品关注比例分布 275

图表：2014年中国内存市场不同容量产品关注比例分布 276

图表：2014年中国内存市场不同区域关注比例分布 277

图表：2014年中国内存市场主流品牌关注比例走势 278

图表：2014年中国内存市场金士顿、威刚、宇瞻市售产品数量对比 279

图表：2014年中国内存市场金士顿、威刚、宇瞻单产品关注率对比 280

图表：2014年中国硬盘市场品牌关注比例分布 282

图表：2013 - 2014年中国硬盘市场品牌关注比例对比 282

图表：2014年Q1 - Q4中国硬盘市场品牌关注排名对比 283

图表：2014年中国硬盘市场不同价格段产品关注比例分布 284

图表：2014年中国硬盘市场不同容量产品关注比例分布 285

图表：2014年中国硬盘市场不同区域关注比例分布 286

图表：2014年中国硬盘市场主流品牌关注比例走势 287

图表：2014年中国硬盘市场希捷、西部数据、日立市售产品数量对比 288

图表：2014年中国硬盘市场希捷、西部数据、日立单产品关注率对比 289

图表：2014年中国主板市场品牌关注比例分布 291

图表：2013 - 2014年中国主板市场品牌关注比例对比 291

图表：2014年中国整合主板市场品牌关注比例分布 293

图表：2013 - 2014年中国整合主板市场品牌关注比例对比 293

图表：2014年中国非整合主板市场品牌关注比例分布 294

图表：2013 - 2014年中国非整合主板市场品牌关注比例对比 295

图表：2014年中国Intel平台主板市场品牌关注比例分布 296

图表：2013 - 2014年中国Intel平台主板市场品牌关注比例对比 296

图表：2014年中国AMD平台主板市场品牌关注比例分布 297

图表：2013 - 2014年中国AMD平台主板市场品牌关注比例对比 298

图表：2014年Q1 - Q4中国主板市场品牌关注排名对比 298

图表：2014年中国主板市场品牌成长指数对比 299

图表：2014年中国主板市场不同价格段产品关注比例分布 300

图表：2014年中国主板市场不同集成类型产品关注比例分布 301

图表：2014年中国主板市场不同主芯片组产品关注比例分布 302

图表：2014年中国主板市场不同区域关注比例分布 303

图表：2014年中国主板市场不同省份关注比例分布 304

图表：2014年中国主板市场主流品牌关注比例走势 305

图表：2014年中国主板市场华硕、技嘉、微星市售产品数量对比 306

图表：2014年中国主板市场华硕、技嘉、微星单产品关注率对比 307

图表：2014年中国显卡市场品牌关注比例分布 309

图表：2013 - 2014年中国显卡市场品牌关注比例对比 309

图表：2014年中国NVIDIA显卡市场品牌关注比例分布 311

图表：2013 - 2014年中国NVIDIA显卡市场品牌关注比例对比 311

图表：2014年中国AMD显卡市场品牌关注比例分布 312

图表：2013 - 2014年中国AMD显卡市场品牌关注比例对比 313

图表：2014年Q1 - Q4中国显卡市场品牌关注排名对比 313

图表：2014年中国显卡市场品牌成长指数对比 314

图表：2014年中国显卡市场不同价格段产品关注比例分布 315

图表：2014年中国显卡市场不同芯片厂商产品关注比例分布 316

图表：2014年中国显卡市场不同区域关注比例分布 317

图表：2014年中国显卡市场不同省份关注比例分布 318

图表：2014年中国显卡市场主流品牌关注比例走势 319

图表：2014年中国显卡市场七彩虹、影驰、索泰市售产品数量对比 320

图表：2014年中国显卡市场七彩虹、影驰、索泰单产品关注率对比 321

图表：2014年中国光驱市场品牌关注比例分布 323

图表：2013 - 2014年中国光驱市场品牌关注比例对比 323

图表：2014年Q1 - Q4中国光驱市场品牌关注排名对比 325

图表：2014年中国光驱市场不同价格段产品关注比例分布 326

图表：2014年中国光驱市场不同不同安装方式产品关注比例分布 327

图表：2014年中国光驱市场不同区域关注比例分布 328

图表：2014年中国电源市场不同省份关注比例分布 328

图表：2014年中国光驱市场主流品牌关注比例走势 329

图表：2014年中国光驱市场先锋、三星、华硕、LG市售产品数量对比 330

图表：2014年中国光驱市场先锋、三星、华硕、LG单款产品关注率对比 331

图表：2014年中国机箱市场品牌关注比例分布 333

图表：2013 - 2014年中国机箱市场品牌关注比例对比 333

图表：2014年Q1 - Q4中国机箱市场品牌关注排名对比 335

图表：2014年中国机箱市场不同价格段产品关注比例分布 336

图表：2014年中国机箱市场不同机箱样式产品关注比例分布 337

图表：2014年中国机箱市场不同区域关注比例分布 338

图表：2014年中国机箱市场不同省份关注比例分布 338

图表：2014年中国机箱市场主流品牌关注比例走势 339

图表：2014年中国机箱市场酷冷至尊、动力火车市售产品数量对比 340

图表：2014年中国机箱市场酷冷至尊、动力火车单款产品关注率对比 341

图表：2014年中国电源市场品牌关注比例分布 343

图表：2013 - 2014年中国电源市场品牌关注比例对比 344

图表：2014年Q1 - Q4中国电源市场品牌关注排名对比 345

图表：2014年中国电源市场不同价格段产品关注比例分布 346

图表：2014年中国电源市场不同电源类型产品关注比例分布 347

图表：2014年中国电源市场不同区域关注比例分布 348

图表：2014年中国电源市场不同省份关注比例分布 349

图表：2014年中国电源市场主流品牌关注比例走势 350

图表：2014年中国电源市场航嘉、长城市售产品数量对比 351

图表：2014年中国电源市场航嘉、长城单款产品关注率对比 352

图表：2014年中国散热器市场品牌关注比例分布 354

图表：2013 - 2014年中国散热器市场品牌关注比例对比 355

图表：2014年Q1 - Q4中国散热器市场品牌关注排名对比 356

图表：2014年中国散热器市场不同价格段产品关注比例分布 357

图表：2014年中国散热器市场不同散热方式产品关注比例分布 358

图表：2014年中国散热器市场不同区域关注比例分布 359

图表：2014年中国散热器市场不同省份关注比例分布 360

图表：2014年中国散热器市场主流品牌关注比例走势 361

图表：2014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 362

图表：2014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 363

图表：2014年中国液晶显示器市场品牌关注比例分布 365

图表：2013 - 2014年中国液晶显示器市场品牌关注比例对比 366

图表：2014年中国LED液晶显示器市场品牌关注比例分布 366

图表：2014年Q1 - Q4中国液晶显示器市场品牌关注排名对比 367

图表：2014年中国液晶显示器市场品牌成长指数对比 368

图表：2014年中国液晶显示器市场不同价格段产品关注比例分布 369

图表：2014年中国液晶显示器市场不同屏幕尺寸产品关注比例分布 370

图表：2014年中国液晶显示器市场不同区域关注比例分布 371

图表：2014年中国液晶显示器市场不同省份关注比例分布 372

图表：2014年中国液晶显示器市场主流品牌关注比例走势 373

图表：2014年中国液晶显示器市场三星、LG、AOC市售产品数量对比 374

图表：2014年中国液晶显示器市场三星、LG、AOC单产品关注率对比 375

图表：游戏用户喜欢用什么类型液晶的调查图 378

图表：2014年中国音箱市场品牌关注比例分布 380

图表：2013 - 2014年中国音箱市场品牌关注比例对比 381

图表：2014年Q1 - Q4中国音箱市场品牌关注排名对比 382

图表：2014年中国音箱市场品牌成长指数对比 383

图表：2014年中国音箱市场不同价格段产品关注比例分布 384

图表：2014年中国音箱市场不同类型产品关注比例分布 385

图表：2014年中国音箱市场不同区域关注比例分布 386

图表：2014年中国音箱市场不同省份关注比例分布 387

图表：2014年中国音箱市场主流品牌关注比例走势 388

图表：2014年中国音箱市场主流品牌市售产品数量对比 389

图表：2014年中国音箱市场主流品牌单产品关注率对比 390

图表：2014年中国键盘市场品牌关注比例分布 392

图表：2014年中国鼠标市场品牌关注比例分布 393

图表：2014年中国键鼠套装市场品牌关注比例分布 394

图表：2014年Q1 - Q4中国键盘市场品牌关注排名对比 394

图表：2014年Q1 - Q4中国鼠标市场品牌关注排名对比 395

图表：2014年Q1 - Q4中国键鼠套装市场品牌关注排名对比 396

图表：2014年中国键盘市场品牌关注比例变动对比 397

图表：2014年中国鼠标市场品牌关注比例变动对比 398

图表：2014年中国键鼠套装市场品牌关注比例变动对比 399

图表：2014年中国键盘市场不同价格段产品关注比例分布 400

图表：2014年中国鼠标市场不同价格段产品关注比例分布 401

图表：2014年中国键鼠套装市场不同价格段产品关注比例分布 402

图表：2014年中国键盘市场不同连接方式产品关注比例分布 403

图表：2014年中国鼠标市场不同连接方式产品关注比例分布 404

图表：2014年中国键鼠套装市场不同连接方式产品关注比例分布 405

图表：2014年中国键盘市场不同区域关注比例分布 406

图表：2014年中国键盘市场不同省份关注比例分布 406

图表：2014年中国鼠标市场不同区域关注比例分布 407

图表：2014年中国鼠标市场不同省份关注比例分布 408

图表：2014年中国键鼠套装市场不同区域关注比例分布 409

图表：2014年中国键鼠套装市场不同省份关注比例分布 409

图表：2014年中国键盘市场主流品牌关注比例走势 410

图表：2014年中国鼠标市场主流品牌关注比例走势 411

图表：2014年中国键鼠套装市场主流品牌关注比例走势 412

图表：2014年中国键盘市场罗技、雷柏、双飞燕市售产品数量对比 413

图表：2014年中国键盘市场罗技、雷柏、双飞燕单款产品关注率对比 414

图表：2014年中国鼠标市场罗技、雷柏、雷蛇市售产品数量对比 415

图表：2014年中国鼠标市场罗技、雷柏、雷蛇单款产品关注率对比 416

图表：2014年中国键鼠套装市场罗技、雷柏、双飞燕市售产品数量对比 417

图表：2014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 418

图表：2013年全球主要厂商硬盘出货量 419

图表：2007-2013年中国闪存盘市场规模及增长率 420

图表：2007-2013年中国移动硬盘市场规模 420

图表：2007-2013年中国存储卡市场规模 421

图表：2014-2014年中国闪存盘市场销售情况预测 423

图表：2014-2014年中国移动硬盘市场销售情况预测 423

图表：2014-2014年中国存储卡市场销售情况预测 423

图表：世界固态硬盘市场规模预测 426

图表：2013 - 2014年中国硬盘市场主流品牌关注比例走势预测 429

图表：2013 - 2014年中国硬盘市场均价走势预测 430

图表：2013 - 2014年中国主板市场均价走势预测 433

图表：2014年不同价格内存市场人气分布 434

图表：2014年不同类型内存市场人气对比 435

图表：2014年不同容量内存市场人气对比 436

图表：2014年内存市场人气对比(按产品适用类型分) 437

图表：2013 - 2014年中国内存市场主流品牌关注比例走势预测 441

图表：2013 - 2014年中国内存市场均价走势预测 442

图表：1999-2008年全球储存卡及CPU出货量 445

图表：2013 - 2014年中国CPU市场均价走势预测 452

图表：2014年11月大陆显示器市场品牌出货量排名 454

图表：2014年全年大陆显示器市场品牌出货量 454

图表：2014年全年全球显示器市场品牌出货量 455

图表：两者背光源对比 457

图表：2014年全年大陆显示器市场品牌出货量任务对比表 459

图表：2013年显示器产量全国合计 464

图表：2013年显示器产量北京市合计 465

图表：2013年显示器产量天津市合计 465

图表：2013年显示器产量上海市合计 465

图表：2013年显示器产量江苏省合计 466

图表：2013年显示器产量浙江省合计 466

图表：2013年显示器产量安徽省合计 467

图表：2013年显示器产量福建省合计 467

图表：2013年显示器产量山东省合计 467

图表：2013年显示器产量湖北省合计 468

图表：2013年显示器产量湖南省合计 468

图表：2013年显示器产量广东省合计 469

图表：2013年显示器产量陕西省合计 469

图表：2014年显示器产量全国合计 469

图表：2014年显示器产量北京市合计 470

图表：2014年显示器产量天津市合计 470

图表：2014年显示器产量上海市合计 470

图表：2014年显示器产量江苏省合计 471

图表：2014年显示器产量浙江省合计 471

图表：2014年显示器产量安徽省合计 471

图表：2014年显示器产量福建省合计 472

图表：2014年显示器产量山东省合计 472

图表：2014年显示器产量湖北省合计 472

图表：2014年显示器产量湖南省合计 472

图表：2014年显示器产量广东省合计 473

图表：2014年显示器产量广西区合计 473

图表：2013 - 2014年中国液晶显示器市场品牌关注比例走势预测 477

图表：2013 - 2014年中国液晶显示器市场均价走势预测 478

图表：2014年中国黑白激光打印机市场品牌关注比例分布 487

图表：2014年中国彩色激光打印机市场品牌关注比例分布 488

图表：2013 - 2014年中国彩色激光打印机市场品牌关注比例对比 488

图表：2014年中国黑白激光打印机市场品牌关注排名对比 489

图表：2014年中国彩色激光打印机市场品牌关注排名对比 489

图表：2014年中国黑白激光打印机市场品牌成长指数 490

图表：2014年中国彩色激光打印机市场品牌成长指数 491

图表：2014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 492

图表：2014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 492

图表：2014年中国激光打印机市场不同类型产品关注比例分布 493

图表：2014年中国黑白激光打印机市场主流品牌关注比例走势 494

图表：2014年中国彩色激光打印机市场主流品牌关注比例走势 495

图表：2014年中国激光打印机市场惠普、佳能、三星市售产品数量对比 496

图表：2014年中国激光打印机市场惠普、佳能、三星单产品关注率对比 497

图表：2006-2008年中国存储卡市场规模及增长率 500

图表：2013-2014年中国存储卡市场销售量及增长率预测 502

图表：2013 - 2014年中国显卡市场均价走势预测 505

图表：2014年笔记本电脑市场人气走势 561

图表：2014年笔记本电脑品牌人气分布 562

图表：2014年笔记本电脑品牌对比5月人气变化 563

图表：2013中国服务器产品结构分布 565

图表：2013中国Non-x86服务器市场行业应用分布 566

图表：2013中国Non-x86服务器主力厂商市场份额分布 568

图表：2014-2014年中国Non-x86服务器市场规模及增长 568

图表：中国PC显示器市场规模 577

图表：方正集团产业架构 614

图表：海尔集团发展战略创新的四个阶段 630

图表：中国互联网渠道消费PC出货量 665

图表：2014年计算机硬件行业大事记 679

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201405/104898.html>