

# 2010-2015年中国电脑行业 投资分析及深度研究咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2010-2015年中国电脑行业投资分析及深度研究咨询报告》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.cction.com/report/201008/45959.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

### &rarr;内容简介

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%。

国内电脑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。目前农村网民已经达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、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。本报告对我国电脑行业发展现状、发展趋势、竞争格局、投资前景等进行了分析，是电脑制造企业、研究单位、销售企业以及相关企业和单位、计划投资于电脑行业的企业等准确了解目前中国电脑市场发展动态，把握行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品。

&rarr;报告目录

目录

CONTENTS

## 第一部分 行业发展现状

### 第一章 中国电脑行业发展概述 1

#### 第一节 电脑行业发展情况 1

##### 一、电脑的定义 1

##### 二、电脑的组成部分 1

##### 三、第一台电子计算机的诞生 4

##### 四、电脑的发展过程 5

##### 五、电脑的运行原理 13

##### 六、数字电路的发展 14

##### 七、输入输出设备解析 15

##### 八、电脑程序解析 16

##### 九、库与操作解析 16

##### 十、电脑的分类 17

#### 第二节 最近3-5年中国电脑行业经济指标分析 18

##### 一、赢利性 18

##### 二、成长速度 21

##### 三、附加值的提升空间 27

##### 四、进入壁垒 29

##### 五、风险性 30

##### 六、行业周期 30

- 七、竞争激烈程度指标 31
- 八、当前行业发展所属周期阶段的判断 33
- 第三节 关联产业发展分析 33
  - 一、CPU发展现状与趋势分析 33
  - 二、显卡发展现状与趋势分析 36
  - 三、内存发展现状与趋势分析 38
  - 四、主板发展现状与趋势分析 41
  - 五、主板发展现状与趋势分析 46
  - 六、我国电脑软件行业发展与知识产权保护现状分析 50
  - 七、2009-2010年电脑硬件系统发展分析 53

## 第二章 中国电脑行业的国际比较分析 58

### 第一节 中国电脑行业竞争力指标分析 58

- 一、产业成长性分析 58
- 二、整机产品国际竞争力分析 59
- 三、技术创新能力分析 60
- 四、本土企业国际竞争力分析 61
- 五、区域特色产业集群分析 61
- 六、处于全球产业价值链位置分析 61

### 第二节 中国电脑行业经济指标国际比较分析 62

- 一、企业规模比较 62
- 二、盈利能力比较 63
- 三、创新能力比较 63
- 四、研发投入能力比较 64
- 五、品牌影响力比较 65
- 六、跨国经营能力比较 65
- 七、妨碍产业国际竞争力提升的主要瓶颈分析 66
- 八、制约产业竞争力提升的矛盾分析 67
- 九、应对策略建议 68

### 第三节 全球电脑行业市场需求分析 70

- 一、市场规模现状 70
- 二、需求结构分析 72

三、重点需求客户 74

四、市场前景展望 75

第四节 全球电脑行业市场供给分析 75

一、生产规模现状 75

二、产能规模分布 78

三、市场价格走势 79

四、重点厂商分布 80

第二部分 市场需求分析

第三章 应用领域及行业供需分析 83

第一节 需求分析 83

一、笔记本电脑消费者结构特征分析 83

二、笔记本电脑消费者需求特征及偏好分析 86

三、笔记本电脑消费者需求特征结论分析 91

四、中小企业笔记本电脑需求分析 92

五、大学生群体消费特征分析 94

六、2010年苹果平板电脑需求调查分析 96

第二节 供给分析 97

一、2009-2010年电脑行业发展分析 97

二、2009年电脑行业出货量分析 97

三、2009年惠普全球市场发展分析 98

四、2009-2010年宏碁全球市场发展分析 99

五、2009年戴尔全球市场发展分析 99

六、2009年联想全球市场发展分析 100

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势 101

一、电脑行业的需求预测 101

二、电脑行业的供应预测 102

三、供求平衡分析 104

四、供求平衡预测 104

第四节 市场价格走势分析 106

一、2009-2010年电脑硬件设备价格走势分析 106

二、2010年CPU价格走势分析 108

三、2010年显卡价格走势分析 111

四、2010年内存价格走势分析 115

#### 第四章 电脑产业链的分析 118

##### 第一节 行业集中度 118

一、我国电脑行业集中度分析 118

二、电脑行业集中度发展阶段分析 118

三、电脑产业集中度趋势分析 120

##### 第二节 主要环节的增值空间 121

一、世界电脑行业区域市场增值空间分析 121

二、DIY市场增值空间分析 122

三、电脑收藏品增值空间分析 123

四、我国ATM市场增值空间分析 126

##### 第三节 行业进入壁垒和驱动因素 126

一、行业进入壁垒分析 126

二、行业进入驱动因素分析 128

##### 第四节 上下游行业影响及趋势分析 128

一、2010年上游行业影响及趋势分析 128

二、2010年下游行业影响及趋势分析 130

三、3C融合对下游行业影响分析 132

#### 第五章 区域市场情况深度研究 136

##### 第一节 长三角区域市场情况分析 136

一、长三角地区简介 136

二、长三角经济圈市场潜力分析 138

三、长三角区域电脑行业发展现状分析 139

四、长三角区域电脑行业发展前景分析 146

五、长三角区域发展面临的问题与挑战 147

##### 第二节 珠三角区域市场情况分析 148

一、珠三角地区简介 148

二、珠三角概念体系 150

三、珠三角区域市场潜力分析 152

四、珠三角地区电脑制造产业升级分析	153
五、珠三角地区电脑行业的三网融合商机分析	155
六、珠三角2008-2020发展规划	158
第三节 环渤海区域市场情况分析	159
一、环渤海地区简介	159
二、环渤海经济圈市场潜力分析	160
三、环渤海经济圈电脑行业发展现状分析	161
四、环渤海经济圈电脑行业发展前景分析	162
第四节 电脑行业主要市场大区发展状况及竞争力研究	163
一、华北大区市场分析	163
二、华中大区市场分析	170
三、华南大区市场分析	174
四、华东大区市场分析	176
五、东北大区市场分析	184
六、西南大区市场分析	188
七、西北大区市场分析	193
第五节 主要省市电脑行业发展模式分析	194
一、2009-2010年重庆市电脑行业发展分析	194
二、2009年烟台市电脑产业发展分析	203
三、2009-2010年深圳市电脑行业发展分析	204
第六章 2010-2015年需求预测分析	208
第一节 电脑行业领域2010-2015年需求量预测	208
一、2010-2012年世界电脑普及率及需求量分析	208
二、2010-2012年笔记本电脑需求量分析	208
三、2010-2012年我国上网本需求分析	208
四、2012-2014年平板电脑出货量分析	209
第二节 2010-2015年电脑行业领域需求产品（服务）功能预测	210
一、2010-2015年车载电脑发展分析	210
二、2010-2015年一体电脑产品发展分析	213
三、2010-2015年平板电脑产品发展分析	215
第三节 2010-2015年电脑行业领域需求产品（服务）市场格局预测	216



- 一、2010年我国电脑行业格局发展分析 216
- 二、2010-2015年电脑行业产品格局分析 217
- 三、2010-2015年电脑产业格局分析 220
- 四、2010-2015年虚拟化技术对电脑行业格局影响分析 221

### 第三部分 产业竞争格局分析

#### 第七章 电脑市场竞争格局分析 223

##### 第一节 行业竞争结构分析 223

- 一、现有企业间竞争 223
- 二、潜在进入者分析 226
- 三、替代品威胁分析 226
- 四、供应商议价能力 226
- 五、客户议价能力 226

##### 第二节 行业集中度分析 227

- 一、市场集中度分析 227
- 二、企业集中度分析 227
- 三、区域集中度分析 231

##### 第三节 行业国际竞争力比较 232

- 一、生产要素 232
- 二、需求条件 233
- 三、支援与相关产业 233
- 四、企业战略、结构与竞争状态 234
- 五、政府的作用 236

##### 第四节 电脑行业竞争格局分析 237

- 一、2010年电脑行业竞争分析 237
- 二、2010年国内外电脑竞争分析 240
- 三、2010年中国电脑市场竞争分析 241

#### 第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析 247

##### 第一节 行业企业排名分析 247

- 一、2010年电脑一体机企业排名分析 247
- 二、2010年台式机企业排名分析 247

### 三、2010年笔记本电脑企业排名分析 248

#### 第二节 产业结构分析 248

##### 一、2009年台式机市场结构分析 248

##### 二、2009年笔记本电脑市场结构分析 251

#### 第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 254

##### 一、产业价值链的构成 254

##### 二、产业链条的竞争优势与劣势分析 254

##### 三、产业链条利润分析 258

##### 四、2009年产业链条发展分析 259

##### 五、2010年产业链条发展分析 261

## 第九章 前十大领先企业分析 263

### 第一节 苹果公司 263

#### 一、企业简介 263

#### 二、近期发展状况 265

#### 三、2009-2010年企业经营状况 268

#### 四、企业竞争力分析 271

### 第二节 联想集团 275

#### 一、企业简介 275

#### 二、2009-2010年企业运营状况分析 277

#### 三、企业竞争力分析 280

#### 四、企业发展策略分析 284

### 第三节 惠普公司 285

#### 一、企业简介 285

#### 二、2009-2010年企业运营状况分析 286

#### 三、企业竞争力分析 289

#### 四、企业发展策略分析 295

### 第四节 戴尔 296

#### 一、企业简介 296

#### 二、2009-2010年企业运营状况分析 298

#### 三、企业竞争力分析 299

#### 四、企业发展策略分析 300

## 第五节 方正集团 302

### 一、企业简介 302

### 二、2009-2010年财务分析 303

### 三、2009-2010年经营状况 307

### 四、企业发展战略分析 307

## 第六节 神舟 308

### 一、企业简介 308

### 二、企业竞争力分析 309

### 三、企业营销渠道分析 310

## 第七节 宏碁集团 311

### 一、企业简介 311

### 二、企业经营模式分析 313

### 三、2010年经营动态分析 315

### 四、2010年经营战略分析 317

## 第八节 华硕 318

### 一、企业简介 318

### 二、2009-2010年企业运营状况分析 321

### 三、企业竞争力分析 322

### 四、企业发展策略分析 328

## 第九节 海尔集团 329

### 一、企业简介 329

### 二、2009-2010年财务分析 331

### 三、2009-2010经营状况 335

### 四、企业经营战略分析 336

## 第十节 七喜 337

### 一、企业简介 337

### 二、2009-2010年财务分析 337

### 三、2009-2010年经营状况 342

### 四、近期经营状况 343

## 第四部分 产业发展关键趋势与投资方向推荐

### 第十章 2010年中国电脑行业整体运行指标分析 345

## 第一节 中国电脑行业总体规模分析 345

### 一、企业数量结构分析 345

### 二、行业生产规模分析 345

## 第二节 中国电脑行业产销分析 348

### 一、行业产成品情况总体分析 348

### 二、行业产品销售收入总体分析 353

## 第三节 中国电脑行业财务指标总体分析 358

### 一、行业利润总额分析 358

### 二、行业主营业务收入分析 363

### 三、行业主营业务成本分析 369

### 四、行业流动资产分析 374

## 第十一章 影响企业生产与经营的关键趋势 380

### 第一节 市场整合成长趋势 380

#### 一、中国电脑市场潜力分析 380

#### 二、2010-2015年电脑行业整合成长趋势 381

#### 三、电脑产品发展趋势分析 382

### 第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测 383

#### 一、全球平板电脑市场商业机遇分析 383

#### 二、2010-2014年平板电脑市场规模预测 385

#### 三、车载电脑市场商业机遇分析 386

### 第三节 企业区域市场拓展的趋势 388

#### 一、2010年微软公司在中国市场拓展趋势分析 388

#### 二、2010年美国Juniper公司拓展计划分析 389

#### 三、2010年富士通中国市场拓展计划分析 390

### 第四节 科研开发趋势及替代技术进展 392

#### 一、2010年量子计算机科研进展分析 392

#### 二、2010年个人电脑产品技术发展分析 394

#### 三、2010年电脑替代品技术发展分析 403

### 第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势 406

#### 一、电脑售后服务赢利可能性分析 406

#### 二、网络下载行业盈利模式分析 409

### 三、电脑行业软实力时代分析 415

## 第十二章 2010-2015年电脑行业投资方向预测分析 421

### 第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 421

#### 一、2010-2015年产业发展的有利因素分析 421

#### 二、2010-2015年产业发展的不利因素分析 422

#### 三、2010年产业运行稳定因素分析 423

#### 四、2010年产业贸易不利因素分析 426

### 第二节 产业发展的空白点分析 428

#### 一、农村市场分析 428

#### 二、电脑清洗市场分析 429

#### 三、平板电脑市场分析 430

#### 四、绿色电脑市场分析 431

### 第三节 投资回报率比较高的投资方向 432

#### 一、笔记本电脑利润率分析 432

#### 二、2009年电脑行业投资情况及趋势分析 432

#### 三、2010年电脑行业投资前景分析 436

### 第四节 新进入者应注意的障碍因素 438

#### 一、经营风险 438

#### 二、行业风险 439

#### 三、市场风险 439

### 第五节 营销分析 440

#### 一、宏基营销模式分析 440

#### 二、联想营销的启示 449

#### 三、方正网吧营销模式分析 456

## 图表目录

图表：2002-2010年内存产品发展速度 41

图表：2000-2006年电子信息产业增速与国民经济比较 58

图表：2001-2006年我国主要电子信息产品产量 59

图表：2006年出口额最大的前5种电子信息产品 59

图表：2001-2006年电子信息产品贸易竞争力指数变化 60

图表：2001-2006年电子信息产品贸易竞争力指数变化 60

图表：2007年《财富》杂志美国企业500强中IT企业利润表 63

图表：2006年PCT申请量前10家企业和机构 64

图表：2006年主要IT公司研发费用10强排名 64

图表：2006年全球品牌价值排名中的电子信息类企业 65

图表：2009年第四季度美国电脑市场数据IDC统计表 76

图表：2009年第四季度全国电脑市场数据IDC统计表 76

图表：2009年第四季度美国电脑市场数据Gartner统计表 77

图表：2009年第四季度全球电脑市场数据Gartner统计表 77

图表：2009年度笔记本消费者性别结构 83

图表：2009年度笔记本消费者年龄结构 84

图表：2009年度笔记本消费者文化程度结构 85

图表：2009年度笔记本消费者职业结构 86

图表：2009年度消费者购买笔记本主要用途 87

图表：2009年度消费者购买笔记本首选因素 88

图表：2009年消费者购买笔记本自身方面因素 89

图表：2009年度笔记本消费者购买类型倾向 90

图表：2009年度笔记本消费者心理价位结构 91

图表：2006-2009年惠普、宏碁、戴尔和联想的季度PC出货量对比 98

图表：2010年4月Intel低端产品价格走势 108

图表：2010年4月AMD低端产品价格走势 109

图表：2010年4月AMD中端产品价格走势 110

图表：2010年第二季度中国显卡市场均价走势 112

图表：2010年第二季度中国显卡市场十大主流系列均价对比 113

图表：2010年第二季度中国显卡市场NVIDIA产品均价走势 114

图表：2010年第二季度中国显卡市场AMD产品均价走势 115

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标全国统计 163

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标北京统计 164

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标天津统计 165

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标河北统计 166

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标山西统计 168

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标内蒙古统计 169

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标河南统计 170

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标湖北统计 171

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标湖南统计 172

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标广东统计 174

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标广西统计 175

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标上海统计 176

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标江苏统计 177

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标浙江统计 178

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标安徽统计 180

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标福建统计 181

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标江西统计 182

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标山东统计 183

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标辽宁统计 184

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标吉林统计 186

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标黑龙江统计 187

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标重庆统计 188

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标四川统计 189

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标贵州统计 191

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标云南统计 192

图表：2009-2010年我国电子计算机制造业主要经济指标陕西统计 193

图表：2009-2010年联想一体电脑人气走势 242

图表：2009-2010年一体电脑市场人气走势 243

图表：2010年6月联想一体电脑对比2009年同期人气变化 244

图表：2010年6月一体电脑市场品牌人气分布 245

图表：2010年电脑一体机品牌排名 247

图表：2010年台式机品牌排名 247

图表：2010年笔记本电脑品牌排名 248

图表：电脑市场竞争力指标统计图 248

图表：电脑市场竞争力指标统计表 249

图表：电脑市场畅销指数统计图 249

图表：电脑市场畅销指数统计表 250

图表：电脑市场占有率统计图 250

图表：电脑市场占有份额统计表 251

图表：笔记本电脑市场竞争力指标统计图 251

图表：笔记本电脑市场竞争力指标统计表 252

图表：笔记本电脑市场畅销指数统计图 252

图表：笔记本电脑市场畅销指数统计表 253

图表：笔记本电脑市场占有份额统计图 253

图表：笔记本电脑市场占有份额统计表 254

图表：2009年方正科技集团股份有限公司主营构成 303

图表：2009-2010年方正科技集团股份有限公司每股指标 303

图表：2009-2010年方正科技集团股份有限公司获利能力 304

图表：2009-2010年方正科技集团股份有限公司经营能力 304

图表：2009-2010年方正科技集团股份有限公司偿债能力 304

图表：2009-2010年方正科技集团股份有限公司资本结构 304

图表：2009-2010年方正科技集团股份有限公司发展能力 305

图表：2009-2010年方正科技集团股份有限公司现金流量 305

图表：2009-2010年方正科技集团股份有限公司主营业务收入 305

图表：2009-2010年方正科技集团股份有限公司主营业务利润 305

图表：2009-2010年方正科技集团股份有限公司营业利润 306

图表：2009-2010年方正科技集团股份有限公司利润总额 306

图表：2009-2010年方正科技集团股份有限公司净利润 306

图表：2009年青岛海尔股份有限公司主营构成 331

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司每股指标 331

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司获利能力 332

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司经营能力 332

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司偿债能力 332

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司资本结构 333

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司发展能力 333

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司现金流量 333

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司主营业务收入 333

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司主营业务利润 334

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司营业利润 334

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司利润总额 334



图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司净利润 335

图表：2009年七喜控股股份有限公司主营构成 337

图表：2009-2010年七喜控股股份有限公司每股指标 339

图表：2009-2010年七喜控股股份有限公司获利能力 339

图表：2009-2010年七喜控股股份有限公司经营能力 339

图表：2009-2010年七喜控股股份有限公司偿债能力 339

图表：2009-2010年七喜控股股份有限公司资本结构 340

图表：2009-2010年七喜控股股份有限公司发展能力 340

图表：2009-2010年七喜控股股份有限公司现金流量 340

图表：2009-2010年七喜控股股份有限公司主营业务收入 340

图表：2009-2010年七喜控股股份有限公司主营业务利润 341

图表：2009-2010年七喜控股股份有限公司营业利润 341

图表：2009-2010年七喜控股股份有限公司利润总额 342

图表：2009-2010年七喜控股股份有限公司净利润 342

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品全国统计 348

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品北京统计 348

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品天津统计 348

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品河北统计 348

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品山西统计 348

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品内蒙古统计 349

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品辽宁统计 349

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品吉林统计 349

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品黑龙江统计 349

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品上海统计 349

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品江苏统计 350

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品浙江统计 350

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品安徽统计 350

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品福建统计 350

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品江西统计 350

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品山东统计 351

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品河南统计 351

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品湖北统计 351

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品湖南统计 351

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品广东统计 351

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品广西统计 352

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品重庆统计 352

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品四川统计 352

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品贵州统计 352

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品云南统计 352

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业产成品陕西统计 353

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值全国统计 353

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值北京统计 353

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值天津统计 353

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值河北统计 353

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值山西统计 354

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值内蒙古统计 354

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值辽宁统计 354

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值吉林统计 354

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值黑龙江统计 354

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值上海统计 355

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值江苏统计 355

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值浙江统计 355

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值安徽统计 355

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值福建统计 355

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值江西统计 356

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值山东统计 356

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值河南统计 356

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值湖北统计 356

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值湖南统计 356

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值广东统计 357

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值广西统计 357

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值重庆统计 357

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值四川统计 357

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值贵州统计 357

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值云南统计 358

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业工业销售产值陕西统计 358

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额全国统计 358

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额北京统计 358

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额天津统计 358

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额河北统计 359

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额山西统计 359

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额内蒙古统计 359

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额辽宁统计 359

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额吉林统计 359

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额黑龙江统计 360

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额上海统计 360

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额江苏统计 360

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额浙江统计 360

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额安徽统计 360

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额福建统计 361

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额江西统计 361

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额山东统计 361

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额河南统计 361

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额湖北统计 361

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额湖南统计 362

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额广东统计 362

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额广西统计 362

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额重庆统计 362

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额四川统计 362

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额贵州统计 363

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额云南统计 363

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业利润总额陕西统计 363

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入全国统计 363

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入北京统计 364

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入天津统计 364

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入河北统计 364

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入山西统计 364

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入内蒙古统计 364

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入辽宁统计 365

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入吉林统计 365

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入黑龙江统计 365

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入上海统计 365

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入江苏统计 365

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入浙江统计 366

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入安徽统计 366

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入福建统计 366

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入江西统计 366

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入山东统计 366

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入河南统计 367

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入湖北统计 367

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入湖南统计 367

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入广东统计 367

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入广西统计 367

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入重庆统计 368

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入四川统计 368

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入贵州统计 368

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入云南统计 368

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务收入陕西统计 368

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本全国统计 369

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本北京统计 369

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本天津统计 369

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本河北统计 369

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本山西统计 369

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本内蒙古统计 370

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本辽宁统计 370

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本吉林统计 370

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本黑龙江统计 370

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本上海统计 370

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本江苏统计 371

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本浙江统计 371

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本安徽统计 371

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本福建统计 371

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本江西统计 371

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本山东统计 372

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本河南统计 372

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本湖北统计 372

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本湖南统计 372

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本广东统计 372

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本广西统计 373

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本重庆统计 373

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本四川统计 373

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本贵州统计 373

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本云南统计 373

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业主营业务成本陕西统计 374

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计全国统计 374

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计北京统计 374

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计天津统计 374

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计河北统计 374

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计山西统计 375

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计内蒙古统计 375

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计辽宁统计 375

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计吉林统计 375

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计黑龙江统计 375

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计上海统计 376

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计江苏统计 376

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计浙江统计 376

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计安徽统计 376

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计福建统计 376

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计江西统计 377

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计山东统计 377

图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计河南统计 377  
图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计湖北统计 377  
图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计湖南统计 377  
图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计广东统计 378  
图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计广西统计 378  
图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计重庆统计 378  
图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计四川统计 378  
图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计贵州统计 378  
图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计云南统计 379  
图表：2009-2010年我国电子计算机制造行业流动资产合计陕西统计 379

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201008/45959.html>