



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国笔记本电脑市场趋势预测及投资策略报告

一、调研说明

《2008-2009年中国笔记本电脑市场趋势预测及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/37326.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

一、行业简介 1

(一) 行业定义及范围界定 1

(二) 发展历史回顾 1

二、宏观环境分析 5

(一) 政策分析 5

(二) 经济分析 5

1、经济增长 5

2、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 6

3、城镇人员从业状况 6

4、存贷款利率变化 7

5、财政收支状况 8

(三) 社会分析 10

1、人口规模分析 10

2、年龄结构分析 10

3、学历结构分析 11

(四) 技术分析 12

1、产品配置兼容的发展 12

2、电池配件技术的革新 12

三、市场分析 14

(一) 市场规模 14

1、全球市场 14

2、中国市场 15

(二) 产品结构 15

1、产品类型结构 15

2、产品价格结构 17

(三) 市场结构 18

1、区域市场结构 18

2、用户市场结构 20

(四) 品牌结构 21

1、品牌关注状况分析 21

2、年度品牌关注度对比分析 22

3、2008年上半年笔记本电脑品牌关注度排名 23

(五) 市场特征 23

1、笔记本市场呈现多元化发展趋势 23

2、商用笔记本仍然是主要的市场 23

3、价格竞争仍将十分激烈 24

4、以追求品质为目标的自造工程将成为竞争焦点 24

四、市场竞争分析 25

(一) 集中度分析 25

1、行业品牌市场占有率 25

2、集中度状态描述及趋势 25

(二) 价值链分析 27

(三) 行业生命周期分析 28

五、主要厂商分析 30

(一) 行业前十名的市场份额 30

(二) 主要厂商的综合介绍 30

1、联想 30

2、惠普 31

3、戴尔 32

4、华硕 32

5、宏基 33

6、东芝 33

7、三星 34

8、方正 34

9、索尼 35

10、神舟 35

(三) 主要厂商各区域市场份额 36

- 1、华东地区 37
- 2、华南地区 37
- 3、华北地区 38

六、行业发展趋势分析 39

(一) 行业发展趋势 39

- 1、市场趋势 39
- 2、产品趋势 40
- 3、渠道趋势 40

(二) 行业（市场）规模预测 41

- 1、影响未来笔记本行业规模的因素分析 41
- 2、2008-2012年中国笔记本市场年度出货量预测 42

(三) 行业（市场）结构预测 45

- 1、区域市场结构预测 45
- 2、用户市场结构预测 45

七、行业发展策略与建议 46

(一) 产品策略 46

- 1、匹配Vista升级硬件 46
- 2、技术革新保障质量 46
- 3、产品差异化求发展 46

(二) 价格策略 46

- 1、家用市场低价渗透 46
- 2、商用市场均价保障 47

(三) 渠道策略 47

- 1、加强渠道的信用体制管理 47
- 2、大力开发三、四级城市渠道 47
- 3、建立专业化、多元化、复合型渠道 47

(四) 销售策略 48

(五) 服务策略 48

- 1、注重集成和增值服务 48
- 2、强化个性化、创新性服务 48

(六) 品牌策略 48

(七) 行业（市场）投资机会建议 49

图目录

图1 2002-2008年上半年中国国内生产总值及增长情况 5

图2 2002-2008年上半年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 6

图3 2003-2006年中国城镇从业人员数量 7

图4 1997-2008年上半年中国存款利率变动情况 7

图5 1997-2008年上半年中国存款利率变动情况 8

图6 2001-2007年中国财政收支状况 8

图7 2001-2007年中国财政收支增长状况及财政收入占GDP比重 9

图8 2001-2007年中国财政收支结构 9

图9 1986-2007年中国人口数量与增长率情况 10

图10 2007年末中国人口年龄结构 11

图11 2006年末中国学历结构 12

图12 2002-2008年上半年全球笔记本出货量及增长情况 14

图13 2002-2008年上半年中国笔记本出货量及增长情况 15

图14 2008年上半年年度中国笔记本市场产品价格结构图 17

图15 2008年上半年季度中国笔记本市场产品价格结构图 17

图16 2008年上半年年度中国笔记本区域市场结构图 18

图17 2008年上半年各季度中国笔记本区域市场结构图 19

图18 2008年上半年年度及季度中国笔记本家用与商用市场的比例 20

图19 2008年上半年中国笔记本品牌关注度分布结构图 21

图20 2008年上半年与2007年度品牌关注度分析 22

图21 笔记本产业链结构图 27

图22 华东地区主要厂商的市场份额 37

图23 华南地区主要厂商的市场份额 37

图24 华北地区主要厂商的市场份额 38

图25 指数函数拟合结果 42

图26 乘幂函数拟合结果 43

图27 2008-2017年中国笔记本出货量综合预测结果（万台） 45

表目录

表1 2008年上半年度笔记本电脑品牌关注度排名增长状况	23
表2 2008年上半年度及各季度中国笔记本品牌电脑市场份额	25
表3 2008年上半年度及各季度CR4与CR8	25
表4 贝恩对美国产业垄断和竞争类型的划分	26
表5 行业生命周期判断分析表	28
表6 2008年上半年中国笔记本电脑行业前十名的出货量及市场份额	30
表7 2002-2008年笔记本年度出货量	42
表8 2008-2012年中国笔记本市场预测结果	44

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37326.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。