



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007-2008年中国笔记本电脑市场研究年度报告（可依据客户需要定制报告）

## 一、调研说明

《2007-2008年中国笔记本电脑市场研究年度报告（可依据客户需要定制报告）》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/37365.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、2007年度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、2008-2011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 2002-2007年中国国内生产总值及增长情况 5
- 图2 2002-2007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 1997-2007年中国存款利率变动情况 7
- 图5 1997-2007年中国存款利率变动情况 8
- 图6 2001-2006年中国财政收支状况 8
- 图7 2001-2006年中国财政收支增长状况及财政收入占GDP比重 9
- 图8 2001-2006年中国财政收支结构 9
- 图9 1986-2006年中国人口数量与增长率情况 10
- 图10 2006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 2002-2007年全球笔记本出货量及增长情况 14
- 图13 2002-2007年中国笔记本出货量及增长情况 15
- 图14 2007年年度中国笔记本市场产品价格结构图 17
- 图15 2007年季度中国笔记本市场产品价格结构图 17
- 图16 2007年年度中国笔记本区域市场结构图 18
- 图17 2007年各季度中国笔记本区域市场结构图 19
- 图18 2007年年度及季度中国笔记本家用与商用市场的比例 20
- 图19 2007年中国笔记本品牌关注度分布结构图 21
- 图20 2007年与2005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 2008-2011年中国笔记本出货量综合预测结果（万台） 45

## 表目录

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 表1 2007年度笔记本电脑品牌关注度排名增长状况     | 23 |
| 表2 2007年度及各季度中国笔记本品牌电脑市场份额    | 25 |
| 表3 2007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 2007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 2008-2011年中国笔记本市场预测结果      | 44 |

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37365.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](http://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专业提供投资咨询报告、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。