



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007 - 2008年中国笔记本电脑市场研究年度报告

## 一、调研说明

《2007 - 2008年中国笔记本电脑市场研究年度报告》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/37427.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

2007年中国笔记本电脑市场风云变幻，市场销量在高速增加，市场竞争进入深耕细作阶段。用户对笔记本电脑的需求更加多元化，消费群体趋于分散，三级以下市场需求在不断释放，厂商面临更多的机遇和挑战。

市场竞争更加激烈，主要体现在价格竞争和产品差异化竞争。主流品牌将价格低限降到3999元，对中小厂商带去很大的冲击；各品牌针对不同用户需求纷纷推出相关个性化产品，体现差异化的13.3寸产品在2007年快速增长；渠道已经成为厂商扩大销量的重点，3C卖场和区域终端渠道受到厂商青睐。

面对竞争与市场的变化和挑战，《2007 - 2008年中国笔记本电脑市场研究年度报告》，将从以下方面帮助业界厂商、投资者、产业人士更精确地把握中国笔记本电脑市场发展脉动、更深入地梳理细分应用价值变迁轨迹 -

更加深入、翔实的市场研究数据。基于重点厂商重点产品型号的深度研究，提供对产品结构、价格段、区域与省市、城市层级、垂直与平行、流通渠道等多个角度市场变化的生动描绘，清晰发展方向。

更加全面、深刻的品牌竞争分析。除了从细分市场格局、竞争策略、SWOT分析等多个维度总结企业表现，赛迪顾问并依托对IT市场的深刻理解，建立自身6大项31子项的CPM矩阵体系，评点市场成功要素，区隔领导者、挑战者等四象限归属。

更加科学、完整的未来发展预测。建立在各重点细分市场上的建模回归与专家校验，并与相关产业环节进行关联分析，确保给出有价值的趋势分析与定量预测结果。

### 【 目录 】

#### 一、2007年全球笔记本电脑市场概况

##### (一) 市场规模与增长

- 1、 2007年市场规模与增长

- 2、 新技术应用

## (二) 基本特点

### (三) 主要国家与地区

- 1、 美国

- 2、 欧洲

- 3、 日本

- 4、 亚太

## 二、 2007年中国笔记本电脑市场概况

### (一) 市场规模与增长

- 1、 2005 - 2007年市场规模与增长

- 2、 价格走势

### (二) 基本特点

#### (三) 市场结构分析

- 1、 产品结构

- 2、 价格段结构

- 3、 省市结构

- 4、 城市层级结构

- 5、 垂直结构

- 6、 平行结构

- 7、 渠道结构

#### (四) 品牌市场份额分析

- 1、 2006 - 2007年整体份额

- 2、 2007年价格段份额

- 3、 2007年区域份额

- 4、 2007年垂直份额

- 5、 2007年平行份额

## 三、 2008 - 2012年中国笔记本电脑市场预测

### (一) 2008 - 2012年中国笔记本电脑市场规模预测

### (二) 2008 - 2012年中国笔记本电脑市场结构预测

- 1、产品结构
- 2、价格段结构
- 3、区域结构
- 4、城市层级结构
- 5、垂直结构
- 6、平行结构
- 7、渠道结构

#### 四、2008 - 2012年中国笔记本电脑市场趋势

- (一) 产品与技术
- (二) 价格
- (三) 渠道
- (四) 服务

#### 五、细分市场研究

- (一) 家用市场
  - 1、竞争格局
  - 2、驱动力
  - 3、阻碍因素
- (二) 商用市场
  - 1、竞争格局
  - 2、驱动力
  - 3、阻碍因素

#### 六、中国笔记本电脑市场竞争分析

- (一) 整体竞争格局
  - 1、现有厂商间竞争
  - 2、潜在进入者与替代产品
- (二) 重点厂商竞争策略分析
  - 1、联想
  - 2、 .....

## 七、中国笔记本电脑用户需求研究

(一) 品牌倾向

(二) 产品功能

(三) 价格期望

(四) 促销推广

(五) 购买渠道

(六) 服务体验

## 八、建议

### 表目录

&#61548; 2005 - 2007年中国笔记本电脑市场规模

&#61548; 2007年中国笔记本电脑产品价格段分布

&#61548; 2007年中国笔记本电脑垂直市场段销售量情况

&#61548; 2007年中国笔记本电脑垂直市场段销售额情况

&#61548; 2007年中国笔记本电脑平行市场段销售量情况

&#61548; 2007年中国笔记本电脑平行市场段销售额情况

&#61548; 2007年中国笔记本电脑区域市场段销售量情况

&#61548; .....

### 图目录

&#61548; 2005 - 2007年全球笔记本电脑市场规模

&#61548; 2005 - 2007年美国笔记本电脑市场发展

&#61548; 2005 - 2007年日本笔记本电脑市场发展

&#61548; 2005 - 2007年欧洲笔记本电脑市场发展

&#61548; 2005 - 2007年亚太笔记本电脑市场发展

&#61548; 2005 - 2007年中国笔记本电脑市场规模与增长

&#61548; .....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37427.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。