



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006-2007年中国笔记本电脑市场研究年度报告

# 一、调研说明

《2006-2007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/37602.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

研究领域：笔记本电脑

涉及厂商：联想、戴尔、惠普、华硕、宏 等

报告推荐

2006年，中国笔记本电脑市场成长很快，整体市场需求增加，不过品牌竞争也达到白热化。竞争的压力驱使产品价格一再下探，对产品销售渠道的开拓整合也加快步伐，产品外观、销售模式创新成为竞争新动向。

从全年笔记本电脑市场来看，家用和中小企业市场成长比较快，尤其是家用市场，一直保持很高的增长速度。芯片厂商大力推出双核CPU，笔记本的性能得到进一步的提升，双核的应用也被快速推广；宽屏笔记本在出货中的比重越来越大，更多的个性化产品面世；价格战和促销活动让人眼花缭乱；当然也有从产品质量、售后服务等方面传出的不和谐声音……

面对竞争与市场的变化和挑战，《2006-2007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、产业链条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——

翔实的市场描述数据，从产品结构、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刻画年度发展变化，洞察行业发展动向。

精炼主要品牌2006年竞争表现，从细分市场份额、竞争格局、竞争策略评述等多个维度总结企业成败得失，评点市场领先要素。

对未来市场的深度量化预测，就整体和细分市场展开建模回归与专家校验，得出有价值的趋势分析与定量结果。

细分市场的驱动力与阻碍因素，以及用户需求的多维剖析。

报告框架

## 主要结论

### 重要发现

#### 一、2006年全球笔记本电脑市场概况

##### (一) 市场规模与特点

- 1、2006年市场规模与增长
- 2、2006年市场特点
- 3、新技术应用

##### (二) 主要国家与地区

- 1、美国
- 2、欧洲
- 3、日本
- 4、亚太（除日本）

#### 二、2005-2006年中国笔记本电脑市场概况

##### (一) 市场规模与特点

- 1、2004-2006年市场规模与增长
- 2、2006年市场特点

##### (二) 2005-2006年市场结构分析

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

##### (三) 2005-2006年品牌市场份额分析

- 1、2005-2006年整体份额
- 2、2006年价格段份额
- 3、2006年区域份额
- 4、2006年垂直份额
- 5、2006年平行份额

### 三、2007-2011年中国笔记本电脑市场预测

#### (一) 2007-2011年中国笔记本电脑市场趋势

- 1、产品与技术
- 2、价格
- 3、渠道
- 4、服务

#### (二) 2007-2011年中国笔记本电脑市场规模预测

#### (三) 2007-2011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、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

### 五、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、 .....

## 六、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

## 七、建议

### 表目录

2004-2006年中国笔记本电脑市场规模

2006年1-4季度中国笔记本电脑市场规模

2006年中国笔记本电脑产品价格段分布

2006年中国笔记本电脑垂直市场段销售量情况

2006年中国笔记本电脑垂直市场段销售额情况

2006年中国笔记本电脑平行市场段销售量情况

2006年中国笔记本电脑平行市场段销售额情况

2006年中国笔记本电脑区域市场段销售量情况

.....

### 图目录

2004-2006年全球笔记本电脑市场规模

2004-2006年美国笔记本电脑市场发展

2004-2006年日本笔记本电脑市场发展

2004-2006年欧洲笔记本电脑市场发展

2004-2006年亚太(除日本)笔记本电脑市场发展

2004-2006年中国笔记本电脑市场规模与增长

2006年1-4季度中国笔记本电脑销量环比增长情况

2006年1-4季度中国笔记本电脑销售额环比增长情况

.....

以上仅为简单目录，欲了解包含页码的详细目录  
请与我们联系 010-64986059

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37602.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。