



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006-2007年中国台式PC品牌 竞争力研究年度报告

## 一、调研说明

《2006-2007年中国台式PC品牌竞争力研究年度报告》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/37629.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](mailto: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：台式PC

涉及厂商：联想、方正、戴尔、同方、惠普等

### 报告推荐

2006年，中国台式PC市场快速成长局面不再，品牌竞争步入综合实力比拼阶段。价格已不是竞争的唯一利器，主流厂商纷纷注重以品牌竞争力为核心的综合实力的提升。

伴随市场规模的不断增长和用户的不断普及，中国台式PC市场日趋成熟。从市场需求来看，消费者在品牌选择方面更加理性：在充分考虑性价比的基础上，售后服务意识不断增强，个性化需求呈明显上升趋势。与之相对应的，主流台式PC厂商针对日益细分的市场，采取更精准的品牌定位，实施更精细的品牌管理，在品牌推广方面手段更为灵活、丰富。

面对竞争与市场的变化和挑战，赛迪顾问发布的《2006-2007年中国台式PC品牌竞争力研究年度报告》，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台式PC品牌竞争力状况、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，从产品结构等多个角度刻画年度发展变化，洞察行业发展动向。

评述2006年主要品牌竞争表现，从品牌定位、管理、推广等多个维度总结企业成败得失，评点品牌领先要素。

建立完整的品牌竞争力评价指标体系，涵盖品牌领导力、品牌市场力、品牌忠诚力、品牌创新力与品牌生命力等五大要素，真实再现主力厂商的品牌竞争力。

针对品牌竞争力短板，精炼出提升建议。

### 报告框架

#### 主要结论

#### 重要发现

#### 一、2006年中国台式PC产品市场现状与趋势

## (一) 市场现状

- 1、2004-2006年市场规模与增长
- 2、2006年市场特点

## (二) 市场趋势

- 1、产品与技术
- 2、价格
- 3、渠道
- 4、服务

## 二、2006年中国台式PC产品企业品牌定位分析

### (一) 企业品牌定位的类型与特点

### (二) 品牌定位问题与误区

## 三、2006年中国台式PC企业品牌管理

### (一) 企业品牌管理模式

### (二) 企业品牌管理经验

## 四、2006年中国台式PC企业品牌推广

### (一) 企业品牌推广方式与手段

### (二) 企业品牌推广经验

## 五、2006年中国台式PC市场品牌竞争力评价

### (一) 品牌竞争力评价指标体系

### (二) 品牌竞争力评价

## 六、2006年中国台式PC市场主力厂商品牌竞争力

### (一) Lenovo

- 1、品牌领导力
- 2、品牌市场力
- 3、品牌忠诚力
- 4、品牌创新力
- 5、品牌生命力

(二) .....

## 七、2006年中国台式PC品牌竞争力提升建议

(一) 品牌定位

(二) 品牌管理

(三) 品牌推广

品牌竞争力评价指标体系

1级指标(权重)

品牌领导力

品牌市场力

品牌忠诚力

品牌创新力

品牌生命力

2级指标(权重)

市场影响力

知名度

定位

地域扩张力

市场份额

市场占有能力

市场创利能力

市场发展能力

品牌忠诚度

创新性

研发资金投入

品牌发展潜力

品牌稳定性

品牌所获支持

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/37629.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。