



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年第3季度中国笔记本电脑 市场季度监测

一、调研说明

《2006年第3季度中国笔记本电脑市场季度监测》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/37666.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

【描述】

关键发现

1、受第三季度行业采购季节性高峰的影响，第三季度中国笔记本市场出现放量增长，笔记本整体市场出货量为141.2万台，相比上季度增长39.5%，市场价值为115.4亿元，相比上季度增长33.0%。与去年同期相比，出货量增长47.4%，市场价值增长42.9%，笔记本价格的不断下降，导致了出货量的增长远远大于市场价值的增长。

2、本季度是教育行业和家庭用户采购的高峰期，受暑假影响，各厂商均在第三季度推出了很多促销活动，推动了笔记本整体市场的增长。但受大行业采购的影响，家用机市场份额有略微下降。

3、从各区域市场来看，华北、华东、华南依然是主要的出货市场，西南地区信息化程度的逐渐提高，市场增长迅速

4、从各行业情况来看，政府、金融、电信及教育是主要的行业用户市场，本季度教育行业受行业采购较多，增长最为迅速。

5、受笔记本市场价格进一步下降的影响,本季度5,001-7,000元的产品出货比例为34.4%，较上一季度有明显增长，而9,000以上的电脑出货比例有所下降。

6、本季度依旧是联想、HP、DELL分别以32.1%、12.4%及10.4%排在出货量的前三位.华硕和宏基增长迅速,市场份额提升较快。

【目录】

0 研究定义

1 关键发现

- 2 市场规模
- 3 区域规模
- 4 行业规模
- 5 渠道规模
- 6 各价格段
- 7 厂商排名
- 8 市场活动

List of Tables

- 2-1 2006Q3笔记本电脑整体市场出货量规模（单位：万台）
- 2-2 2006Q3笔记本电脑整体市场价值（单位：亿元）
- 3-1 2006Q3笔记本电脑区域市场规模（单位：万台）
- 3-2 2006Q3笔记本电脑区域市场厂商份额（单位：万台）
- 4-1 2006Q3笔记本电脑行业用户市场规模（单位：万台）
- 4-2 2006Q3笔记本电脑行业用户市场厂商份额（单位：万台）
- 5-1 2006Q3笔记本电脑渠道市场规模（单位：万台）
- 5-2 2006Q3笔记本电脑渠道市场厂商份额（单位：万台）
- 6-1 2006Q3笔记本电脑不同价格段市场规模（单位：万台）
- 6-2 2006Q3笔记本电脑不同价格段市场厂商份额（单位：万台）
- 7-1 2006Q3笔记本电脑市场出货量厂商份额（单位：万台）
- 7-2 2006Q3笔记本电脑市场价值厂商份额（单位：亿元）
- 8-1 厂商市场活动

List of Figures

- 2-1 2006Q3笔记本电脑整体市场出货量规模（单位：万台）
- 2-2 2006Q3笔记本电脑整体市场价值（单位：亿元）
- 3-1 2006Q3笔记本电脑区域市场份额
- 3-2 2006Q3笔记本电脑区域市场厂商份额（单位：万台）
- 4-1 2006Q3笔记本电脑行业用户市场份额
- 4-2 2006Q3笔记本电脑行业用户市场厂商份额（单位：万台）
- 5-1 2006Q3笔记本电脑渠道市场份额
- 5-2 2006Q3笔记本电脑渠道市场厂商份额（单位：万台）

6-1 2006Q3笔记本电脑不同价格段市场份额

6-2 2006Q3笔记本电脑不同价格段市场厂商份额（单位：万台）

7-1 2006Q3笔记本电脑市场出货量厂商份额

7-2 2006Q3笔记本电脑市场价值厂商份额

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37666.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。