



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2004-2005年中国台式PC市场 研究年度报告

## 一、调研说明

《2004-2005年中国台式PC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/37788.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

一．2004年台式电脑增长平缓，商用台式电脑的增长速度高于消费台式电脑 研究显示，2004年中国台式电脑市场销售量达到1157.7万台，比2003年增长6.9%。2004年中国台式电脑市场销售额达到624.2亿元，比2003年增长3.4%。由于2004年台式电脑价格的持续下降，台式电脑销售额的增长幅度低于销售量的增长。 2004年中国商用台式电脑的销售量为806.8

万台，比2003年增长8%，消费台式电脑的销售量为350.9万台，比2003年增长4.5%。商用台式电脑的增长速度明显高于消费台式电脑，其增长动力是用户需求从选择单一产品到选择应用方案和服务的转变；政府、教育等行业信息化的稳步增长；中小企业数量众多所引发的需求。消费台式电脑市场增长的动力来自上网用户群的逐步扩大、电脑更新换代和PC价格的逐步降低等因素。 二．价格战愈演愈烈，厂商利润状况不容乐观，成本控制更为重要

2004年中国台式电脑市场竞争更加激烈，价格战从消费市场蔓延到商用市场，市场价格的底线也是一再突破极限，很多厂商的利润均不理想，台式电脑市场正面临整体市场疲软、价格战连绵不断所引发的困境，既要主动或被动的参与“价格战”又要提升盈利，这使得台式电脑厂商处于两难境地。一些国外品牌通过逐渐实现本地化生产和规模制造，成本开始低于国内企业，在很多行业的招标案中，国外品牌的报价甚至低于国内品牌。多数厂商通过形成各系列产品的规模化和降低产品成本来增强企业在PC领域的竞争力。规模化经营已是大势所趋，谁能掌握成本优势，谁就可以抢占市场先机。 三．品牌集中度越来越高，部分二三线品牌自生自灭

2004年台式机主流品牌的市场份额集中度越来越高，由于笔记本电脑对台式机的替代作用越来越明显，台式机销量增长缓慢，市场竞争日益惨烈。一线品牌对二三线品牌的打压进一步加重，导致部分中小品牌淘汰出局，DIY市场进一步萎缩，一些二三线台式机厂商在日益激烈的价格战中自生自灭。同时同一梯队厂商之间的竞争更加激烈，PC市场呈现寡头化发展趋势。 四．政府、制造和教育是商用市场增长的强劲动力

2004年行业市场是众多台式机厂商争夺的焦点，细分行业的争夺比往年更为激烈。台式机厂商一方面进一步拓展行业市场，扩大自己的优势行业领域，另一方面在主攻的细分行业进行深度挖掘精耕细作。2004年国外品牌不仅固守着金融、电信等重点行业，同时开始向政府、教育等国内品牌的优势领域发起猛烈攻击，区域的范围也从以前的核心一级城市全面铺向二、三级市场。 从行业分布来看，政府、教育、制造等重点行业依然是商用台式电脑发展的支柱。相比之下，金融、电信等行业对商用台式电脑的需求增长相对较为缓慢。“政府采购法”的深入实施以及地方财政投入的加大，促进了政府采购市场规模的扩大，使其成为PC厂商新的关注点。

五．2005年台式电脑的销售比2004年增长6.1%，商用台式电脑的增长速度依然更高 由于台式电脑市场已进入成熟阶段以及笔记本电脑对台式电脑的替代

作用进一步显现，2005年中国台式电脑的销售增长进一步趋缓。根据对中国台式电脑市场发展趋势的研究，预测，2005年中国台式电脑市场的销售总量约为1228.3万台，比2004年增长6.1%。2005年台式电脑的增长动力将主要来自于政府、教育和中小企业采购的平稳增长，以及三级以下城市用户对台式电脑需求的逐步增长。

2005年中国商用台式电脑市场预测销售量增长速度为7%，政府、教育、制造等重点行业依然是商用台式电脑发展的主力军。2005年中国消费台式电脑市场预测销售量增长速度为4%，商用台式电脑的增长速度依然高于消费台式电脑。

六．PC厂商为应对竞争不断扩大市场规模，营销重点逐渐向下一级市场渗透

2005年PC厂商为应对竞争不断扩大市场规模，2005年商用台式电脑厂商的营销重点逐步从核心城市向中小城市转移，消费台式电脑厂商的营销重点则进一步向县级和乡镇级市场拓展。同时台式电脑厂商不断加强完善销售网络，以便于快速响应用户需求。2005年台式电脑厂商将更加注重用户需求和用户细分，在产品上逐步体现个性化，在服务上越来越注重时效性和实效性。各厂商将进一步加强产品和市场细分相结合的策略，针对特定的区域市场以及针对特定新兴应用的整合营销活动将日益频繁，三四级市场的争夺日益激烈。

七．展开差异化竞争，摆脱同质化竞争

经过近20年的发展，当前国内PC产业正在由普及期向细分期过渡，市场上供过于求的现象已经突显，PC行业已经走到了必须摆脱同质化竞争的重要关口。2005年主流台式机厂商必须从战略规划、产品的设计和研发、技术创新、营销策划、服务策略、渠道组合、店面形象等众多方面来开展差异化竞争，以此摆脱同质化竞争带来的惨烈的价格战。

八．做强做大，市场份额和利润两者兼得是众多厂商追求的目标

2005年主流台式机厂商的目标是做强做大，这就要求厂商不仅要扩大市场规模和市场范围，注重用户需求和用户细分，在细分市场上纵深挖掘，以达到提高市场占有率的目的，同时台式机厂商也更为理性和成熟，对利润指标的完成也更为重视，这就要求厂商在成本控制、管理执行和运营效率等方面更上一层楼。

九．联想与IBM的并购对PC市场竞争格局将产生一定的影响

联想收购IBM PC事业部不仅对联想及IBM的上游供应链、渠道、服务支持等产生一定的影响，同时也对PC的市场竞争格局产生一定的影响，联想在全球PC的排名将发生重大变化，并购完成后的联想将直接与国际领先厂商争夺市场。联想由此壮大了PC业务，提高了在零配件市场的购买力。尽管联想收购IBM面临着诸多挑战，如收购初期关键客户可能流失、企业文化的融合、上游供应链的整合、渠道的整合等，但前景则并不像有些业内人士预计的那样困难重重。两家厂商由于原有的资源和市场定位不同，在许多方面起到了优势互补的作用，如IBM的全球品牌资源、完善的大客户管理体系和高端商务客户资源，联想的高效率运作、对成本的严格把控、渠道资源和消费市场的优势，这些互补的优势不仅仅起到了人们所说的强强联合的作用，同时也在相当程度上减少了内部融合的阻力。其实新联想最大的挑战是利用一切能利用的资源尽快在国际上建立起自己的知名度，如果做到了这一点

, 未来的道路就会平坦得多。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37788.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。