

2007 - 2008 年中国 PCs 市场 研究年度总报告

报告信息

报告形式：PDF文档，70页，27000字

作者：赛迪顾问，计算机产业研究中心

报告价格：¥15,000元（中文电子PDF版）

研究领域：台式PC，笔记本电脑，PC服务器

涉及厂商：联想、方正、同方、戴尔、HP、浪潮、宏碁等

报告推荐

2007年，中国PCs市场（包括台式PC、笔记本电脑、PC服务器）发展迅速，笔记本电脑依然在PCs中领跑。台式PC市场发展平稳，不过在农村信息化、数字家庭等细分市场体现出新的发展特征。笔记本电脑需求依然旺盛，并且趋于分散，体现深耕细作的特点。中国服务器市场增速有所放缓，不过高性能集群、刀片服务器、多核以及虚拟化等产品和应用依然表现活跃，网上银行、证券服务、电信增值等应用为服务器市场注入新的活力。

随着上游厂商技术的不断更新，PCs市场产品升级换代加快，面对分散的市场和难以把握的中小企业、农村市场的需求，厂商都在推出有针对性的产品、服务，并在渠道的拓展上大展拳脚，在细分市场，PCs产品面临更多的机遇与挑战。

面对竞争与市场的变化，赛迪顾问发布的《2007 - 2008年中国PCs市场研究年度总报告》，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PCs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。

报告框架

目录

主要结论

重要发现

一、2007年全球PCs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PCs市场概况

(一) 市场规模与特点

- 1、2005 - 2007年市场规模与增长
- 2、价格走势

(二) 基本特点

(三) PCs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
- 8、品牌结构

(四) 台式PC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
- 8、 品牌结构
- (五) 笔记本市场结构分析
 - 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
 - 8、 品牌结构
- (六) PC服务器市场结构分析
 - 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
 - 8、 品牌结构
- 三、 2008 - 2012年中国PCs市场预测
 - (一) 2008 - 2012年中国PCs市场规模预测
 - (二) 2008 - 2012年中国PCs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PCs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、 驱动力
 - 2、 阻碍因素

- (二) 商用市场
 - 1、 驱动力
 - 2、 阻碍因素
- 六、 中国PCs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PCs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、 赛迪建议

表目录

- 2005 - 2007年中国PCs市场规模
- 2007年中国PCs垂直市场段销售量情况
- 2007年中国PCs垂直市场段销售额情况
- 2007年中国PCs平行市场段销售量情况
- 2007年中国PCs平行市场段销售额情况
- 2007年中国PCs区域市场段销售量情况
-

图目录

- 2005 - 2007年中国PCs市场规模与增长
- 2007年中国台式PC品牌销量情况
- 2007年中国笔记本产品价格段分布
-