

2007 - 2008 年中国笔记本电脑 市场研究年度报告

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：¥11,000元（中文电子PDF版）

研究领域：笔记本电脑

涉及厂商：联想、戴尔、HP、华硕、宏碁、三星等

报告推荐

2007年中国笔记本电脑市场风云变幻，市场销量在高速增加，市场竞争进入深耕细作阶段。用户对笔记本电脑的需求更加多元化，消费群体趋于分散，三级以下市场需求在不断释放，厂商面临更多的机遇和挑战。

市场竞争更加激烈，主要体现在价格竞争和产品差异化竞争。主流品牌将价格低限降到3999元，对中小厂商带去很大的冲击；各品牌针对不同用户需求纷纷推出相关个性化产品，体现差异化的13.3寸产品在2007年快速增长；渠道已经成为厂商扩大销量的重点，3C卖场和区域终端渠道受到厂商青睐。

面对竞争与市场的变化和挑战，赛迪顾问发布的《2007 - 2008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、产业人士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 -

- 📖 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年全球笔记本电脑市场概况
 - (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年中国笔记本电脑市场概况
 - (一) 市场规模与增长
 - 1、2005 - 2007年市场规模与增长
 - 2、价格走势
 - (二) 基本特点
 - (三) 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
 - (四) 品牌市场份额分析
 - 1、2006 - 2007年整体份额
 - 2、2007年价格段份额
 - 3、2007年区域份额
 - 4、2007年垂直份额
 - 5、2007年平行份额
- 三、2008 - 2012年中国笔记本电脑市场预测
 - (一) 2008 - 2012年中国笔记本电脑市场规模预测
 - (二) 2008 - 2012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、 2008 - 2012年中国笔记本电脑市场趋势
- (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、 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
- 六、 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、
- 七、 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
- 八、 赛迪建议

表目录

- 2005 - 2007年中国笔记本电脑市场规模
- 2007年中国笔记本电脑产品价格段分布
- 2007年中国笔记本电脑垂直市场段销售量情况
- 2007年中国笔记本电脑垂直市场段销售额情况
- 2007年中国笔记本电脑平行市场段销售量情况
- 2007年中国笔记本电脑平行市场段销售额情况
- 2007年中国笔记本电脑区域市场段销售量情况
-

图目录

- 2005 - 2007年全球笔记本电脑市场规模
- 2005 - 2007年美国笔记本电脑市场发展
- 2005 - 2007年日本笔记本电脑市场发展
- 2005 - 2007年欧洲笔记本电脑市场发展
- 2005 - 2007年亚太笔记本电脑市场发展
- 2005 - 2007年中国笔记本电脑市场规模与增长
-