

2007 - 2008年中国笔记本电脑品牌 竞争力研究年度报告

报告信息

报告形式：PDF文档，50页，20000字

作者：赛迪顾问，企业战略咨询中心

报告价格：¥11,000元（中文电子PDF版）

研究领域：笔记本电脑，品牌

涉及厂商：联想、方正、同方、戴尔、HP、华硕、TCL等

报告推荐

2007年，笔记本电脑超越台式电脑，成为个人电脑市场上新的主宰，笔记本电脑取代台式机的趋势越来越明显。笔记本普及潮的提前到来，加快了笔记本市场向成熟期迈进的步伐。巨大的商机使得笔记本电脑市场竞争空前激烈。随着产品日益同质化、价格趋于透明以及消费者日渐理性，能否深刻理解和把握目标消费群需求、树立深入人心的品牌形象成为笔记本电脑厂商竞争制胜的关键。

面对竞争与市场的变化和挑战，赛迪顾问发布的《2007 - 2008年中国笔记本电脑品牌竞争力研究年度报告》，将帮助业界厂商、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、深入了解笔记本电脑市场品牌制胜的精髓。

- 📖 深入分析强势品牌竞争力的驱动因素，从品牌定位、品牌管理、品牌推广等方面总结成功品牌的模式与经验。
- 📖 精炼主要品牌2007年竞争表现，从品牌领导力、品牌市场力、品牌忠诚力、品牌创新力、品牌生命力等多个维度总结笔记本电脑品牌成败得失，评点成功要素。
- 📖 对未来提高品牌竞争力的对策建议，凭借赛迪顾问对中国笔记本电脑市场的深刻理解，提出有针对性、操作性强的建议。

报告框架

目录

- 主要结论
- 重要发现
- 一、笔记本电脑市场现状与趋势
 - (一) 现状
 - (二) 趋势
- 二、笔记本电脑企业品牌现状
 - (一) 品牌定位
 - (二) 品牌管理
 - (三) 品牌推广
- 三、笔记本电脑企业品牌竞争力评价
 - (一) 评价指标体系
 - (二) 评价结果
 - (三) 主力厂商品牌竞争力点评
 - (四) 品牌特点
- 四、笔记本电脑产品品牌现状
 - (一) 品牌定位
 - (二) 品牌管理
 - (三) 品牌推广
- 五、笔记本电脑产品品牌竞争力评价
 - (一) 评价指标体系
 - (二) 评价结果
 - (三) 主流产品品牌竞争力点评
 - (四) 品牌特点
- 六、品牌竞争力发展趋势
- 七、品牌竞争力提升策略
 - (一) 企业品牌竞争力提升策略
 - 1、品牌定位
 - 2、品牌管理
 - 3、品牌推广
 - (二) 产品品牌竞争力提升策略
 - 1、品牌定位
 - 2、品牌管理
 - 3、品牌推广
 - (三) 笔记本电脑品牌的奥运机遇

表目录

- 2004 - 2007年中国笔记本电脑市场总量
- 2007年中国笔记本电脑市场销量与销售额
- 2007年中国笔记本电脑企业品牌竞争力评价指标体系
- 2007年中国笔记本电脑企业品牌竞争力排名
- 2007年中国笔记本电脑产品品牌竞争力评价指标体系
- 2007年中国笔记本电脑产品品牌竞争力排名

.....

图目录

- 2004 - 2007年中国笔记本电脑市场总量与增长
- 消费者购买笔记本电脑关注的因素

.....