

2009年中国笔记本电脑市场分析 及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009年中国笔记本电脑市场分析及投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200812/9128.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一章 2008年中国笔记本电脑行业市场宏观环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国笔记本电脑行业政策环境分析

三、2008年中国笔记本电脑行业社会环境分析

- (一) 人口数量分析
- (二) 人口年龄结构分析
- (三) 人口学历结构分析
- (四) 居民生活水平

四、2008年中国笔记本电脑行业技术环境分析

- (一) 产品配置兼容的发展
- (二) 电池配件技术的革新

第二章 2008年全球笔记本电脑行业市场概况分析

一、2008年全球笔记本电脑行业市场运行概况分析

- (一) 全球笔记本电脑市场规模及增长状况分析
- (二) 迷你笔记本电脑进入市场普及阶段
- (三) 全球笔记本电脑行业市场运行特征分析

二、2008年主要国家笔记本行业市场运行态势分析

- (一) 美国
- (二) 日本
- (三) 韩国

第三章 2008年中国笔记本电脑行业市场运行态势分析

一、2008年中国笔记本电脑行业品牌结构分析

- (一) 品牌关注状况分析
- (二) 年度品牌关注度对比分析
- (三) 2008年度笔记本电脑品牌关注度排名

二、2008年中国笔记本电脑行业市场特征分析

- (一) 笔记本市场呈现多元化发展趋势
- (二) 商用笔记本仍然是主要的市场
- (三) 价格竞争仍将十分激烈
- (四) 以追求品质为目标的自造工程将成为竞争焦点

第四章 2008年中国笔记本电脑行业市场消费者调查分析

一、2008年中国笔记本电脑市场消费者品牌偏好研究

- (一) 不同年龄、性别、收入消费者对笔记本电脑品牌关注度分析
- (二) 不同年龄、性别、收入消费者认为性价比最高的笔记本电脑品牌分析
- (三) 不同年龄、性别、收入消费者认为外观设计最好的笔记本电脑品牌分析

二、2008年中国笔记本电脑市场消费者对产品价格关注度调查分析

- (一) 不同年龄消费者对不同价格段产品关注度调查分析
- (二) 不同性别消费者对不同价格段产品关注度调查分析
- (三) 不同收入消费者对不同价格段产品关注度调查分析
- (四) 不同地区消费者对不同价格段产品关注度调查分析

三、2008年中国笔记本电脑市场消费者对产品宽屏与普屏关注度调查分析

- (一) 不同年龄消费者对宽屏与普屏产品关注度调查
- (二) 不同性别消费者对宽屏与普屏产品关注度调查
- (三) 不同收入消费者对宽屏与普屏产品关注度调查
- (四) 不同地区消费者对宽屏与普屏产品关注度调查

四、2008年中国笔记本电脑市场消费者对产品屏幕尺寸关注度调查分析

- (一) 不同年龄消费者对宽屏与普屏产品关注度调查
- (二) 不同性别消费者对宽屏与普屏产品关注度调查
- (三) 不同收入消费者对宽屏与普屏产品关注度调查
- (四) 不同地区消费者对宽屏与普屏产品关注度调查

五、2008年中国笔记本电脑市场消费者对产品CPU关注度调查分析

- (一) 不同年龄消费者对不同CPU类型产品关注度调查
- (二) 不同性别消费者对不同CPU类型产品关注度调查
- (三) 不同收入消费者对不同CPU类型产品关注度调查
- (四) 不同地区消费者对不同CPU类型产品关注度调查

第五章 2008年中国笔记本电脑行业市场竞争状况分析

一、2008年中国笔记本电脑市场品牌竞争状况分析

(一) 关注度不断向大品牌集中(惠普、联想、戴尔、华硕与ThinkPad)

(二) 三甲格局突变,戴尔跃居排行榜三甲之列

(三) 华东地区的笔记本关注度最高,西南、西北地区关注度较低

(四) 惠普、联想是七大区域市场关注度最高的两大品牌

二、2008年中国笔记本电脑市场产品竞争状况分析

(一) 6000元以下低端笔记本成为关注焦点,占据整体市场四成以上比例

(二) 宽屏笔记本的关注度出现停滞

(三) 15.4英寸笔记本人气回升,14.1英寸笔记本关注度出现下跌

(四) 迅弛4已经渐渐成为市场上的主角,关注度再次走高

三、2008年中国笔记本电脑市场价格竞争状况分析

(一) 112款产品价格跳水,导致市场价格指数下降0.58个百分点

(二) 四巨头掀降价潮,联想、戴尔降势突显

四、2008年中国笔记本电脑市场区域竞争状况分析

第六章 2008年笔记本电脑著名品牌竞争力分析

一、IBM

(一) 企业概况

(二) 企业竞争力分析

二、惠普

(一) 企业概况

(二) 企业竞争力分析

三、DELL

(一) 企业概况

(二) 企业竞争力分析

四、三星

(一) 企业概况

(二) 企业竞争力分析

五、SONY

(一) 企业概况

(二) 企业竞争力分析

六、东芝

(一) 企业概况

(二) 企业竞争力分析

七、联想

(一) 企业概况

(二) 企业竞争力分析

八、方正

(一) 企业概况

(二) 企业竞争力分析

九、华硕

(一) 企业概况

(二) 企业竞争力分析

十、宏基

(一) 企业概况

(二) 企业竞争力分析

第七章 2008年中国台式电脑市场发展状况分析

一、2008年中国台式电脑市场发展概况分析

二、2008年中国台式电脑市场运行状况分析

(一) 中国台式电脑市场供应状况分析

(二) 中国台式电脑市场需求状况分析

三、2008年中国台式电脑市场与笔记本电脑关系分析

四、2009-2012年中国台式电脑市场发展前景分析

第八章 2008年中国LED行业发展状况分析

一、2008年中国LED行业发展状况分析

(一) LED行业发展现状分析

(二) LED行业相关供给指标

二、2008年影响中国LED行业发展的主要因素分析

三、2009-2012年中国LED行业发展态势展望

第九章 2009-2012年中国笔记本电脑行业发展及投资分析

一、2009-2012年中国笔记本电脑行业发展的瓶颈分析

（一）电池配置

（二）升级性能

二、2009-2012年中国笔记本电脑行业发展趋势预测分析

（一）轻薄

（二）宽屏

（三）个性化定制

三、2009-2012年中国笔记本电脑行业市场发展态势预测分析

（一）中国笔记本电脑行业市场需求状况预测分析

（二）中国笔记本电脑行业市场供给状况预测分析

四、2009-2012年中国笔记本电脑产品策略分析

（一）匹配Vista升级硬件

（二）技术革新保障质量

（三）产品差异化求发展

五、2009-2012年中国笔记本电脑产品价格策略分析

（一）家用市场低价渗透

（二）商用市场均价保障

六、2009-2012年中国笔记本电脑行业发展渠道策略分析

（一）加强渠道的信用体制管理

（二）大力开发三、四级城市渠道

（三）建立专业化、多元化、复合型渠道

七、2009-2012年中国笔记本电脑行业发展服务策略分析

（一）注重集成和增值服务

（二）强化个性化、创新性服务

八、2009-2012年中国笔记本电脑行业投资分析

（一）中国笔记本电脑行业投资环境分析

（二）中国笔记本电脑行业投资机会分析

（三）中国笔记本电脑行业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200812/9128.html>