



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2009年中国笔记本电脑行业市场分析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2008-2009年中国笔记本电脑行业市场分析及发展趋势研究报告》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/37204.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

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

2008年三季度国内笔记本电脑市场销量达到218.7万台，同比增速为34.5%，增速明显回落。2007年三季度，全国笔记本销量为162.6万台，同比增速为22.7%；销售额达到122.9亿元。全球经济增速放缓，中国经济也受到波及，尤其是金融市场受到较大影响，使得消费类用户和行业用户对采购都比较谨慎；8月正值暑期热卖期间，但2008年奥运带来的影响比较大，除了很多用户关注奥运赛事推迟购买计划之外，物流难度增加、成本提高等也直接影响了产品推广。进入11月以来，各大电脑卖场迎来了销售的淡季，各种数码产品和笔记本电脑的关注度和销售量都有了明显的降低，而在这个时候，一些低价笔记本开始活跃了起来。2008年四季度，行业的复苏将带动整个笔记本市场重回较高增长的轨道。在四季度，中小企业、电信、制造等行业需求仍将不断释放，电信行业的拆分重组使新一轮的采购高峰即将到来；而均价的一再下降、产品性价比的不断提升使得很多中小企业在台式PC和笔记本之间的平衡不断倾斜，采购价格相当的笔记本电脑成为趋势。

受全球性经济增速放缓影响，美国和亚洲的笔记本电脑厂商、经销商和零件供应商纷纷称需求疲软，而且客户取消了部分订单。持续的金融危机使买家倾向于购买低端笔记本电脑。由于大环境不景气，加上原材料价格上升，甚至各大代工厂都喊出了涨价的口号。而笔记本电脑的价格一旦上升，消费者必将把目光放在其他没有涨价的品牌上，因此各大厂商不得不咬牙死撑，希望能坚持到又一个黄金时期。由于购买力的下降，笔记本市场2008年增长速度明显放缓。因此，其他品牌尤其是国产品牌，如果没有好的办法压缩成本，或者没有新的增长点，以现在的规模和控制成本的能力将会过得很艰难，甚至可以说未来一段时间将会是一个行业洗牌的开始。在这种形势下，笔记本电脑生产、经营企业应如何应对呢？

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、工业和信息化部、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、计算机行业协会、中国行业研究网、国内外相关刊物的基础信息以及各产业研究单位等公布和提供的大量资料。本报告对我国笔记本电脑行业发展现状、发展趋势、竞争格局、投资前景等进行了分析，重点对笔记本电脑营销策略和营销渠道、笔记本电脑组配件市场发展状况等方面进行了深入探讨，是笔记本电脑制造企业、研究单位、销售企业以及相关企业和单位、计划投资于笔记本电脑行业的企业等准确了解目前中国笔记本电脑市场发展动态，把握行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品。

## 【 目 录 】

### 第一部分 行业发展环境

#### 第一章 笔记本电脑行业概述

##### 第一节 行业概述

###### 一、行业定义

###### 二、行业分类

##### 第二节 产业链分析

###### 一、行业在国民经济中的地位

###### 二、行业发展历程

##### 第三节 笔记本电脑当前发展综述

###### 一、笔记本电脑产销量分析

###### 二、当前技术、设备、生产工艺分析

###### 三、行业企业发展情况

###### 四、笔记本电脑所处经济周期

###### 五、行业景气性分析

###### 六、行业主要经济指标分析

##### 第四节 国内外代表性国家笔记本电脑发展对比

###### 一、发展模式

###### 二、技术特点

###### 三、笔记本电脑结构

###### 四、企业发展

###### 五、发展走向

### 第二章 笔记本电脑发展环境

#### 第一节 笔记本电脑政策环境

##### 一、2008-2010年笔记本电脑规划

##### 二、2008-2009年税收政策

##### 三、2008-2009年投融资政策

##### 四、行业准入政策

#### 第二节 笔记本电脑链环境

一、2008年上游行业发展分析

二、2008年下游市场发展分析

### 第三节 国际贸易环境

一、2008-2009年国内进出口政策分析

二、2008-2009年国外进出口政策分析

### 第四节 技术发展环境

一、2008年国内企业技术研发环境分析

二、2008年国内企业技术引进环境分析

三、2008年外资企业技术发展分析

四、2008年国内外技术标准分析

### 第五节 宏观经济环境分析及预测

一、2008-2009年国内生产总值分析及预测

二、2008-2009年居民收入水平分析及预测

三、2008-2009年固定资产投资分析及预测

四、2008-2009年存贷款利率分析及预测

五、2008-2009年人民币汇率分析及预测

### 第六节 社会环境分析及预测

一、2008-2009年人口规模分析及预测

二、2008-2009年年龄结构分析及预测

三、2008-2009年学历结构分析及预测

## 第三章 计算机行业发展现状

### 第一节 2008年PC产业市场现状分析

一、2008年电脑市场发展分析

二、2008年PC市场热点分析

三、2008年商用电脑市场热点分析

四、品牌机与组装机用户选购分析

### 第二节 计算机行业经济运行状况

一、2008年微型电子计算机产量分析

二、2008年电子计算机制造销售收入前十家企业排名

三、2008年电子计算机制造主要经济指标分析

### 第三节 2008-2009年PC产业市场分析及预测

- 一、2008年PC市场细分市场分析
- 二、2008年PC市场主打安全牌
- 三、20089年中国PC市场规模预测
- 四、2009年PC市场大势前瞻

## 第二部分 行业发展现状

### 第四章 笔记本电脑市场状况

#### 第一节 2008年笔记本电脑发展现状分析

- 一、2008年笔记本电脑发展分析
- 二、2008年笔记本电脑进出口分析
- 三、2008年笔记本品牌及产品关注度分析

#### 第二节 2008年中国笔记本市场消费行为分析

- 一、市场概述及观点
- 二、调查概述及调查对象分布
- 三、实际用户消费行为调查分析
- 四、潜在用户购买倾向调查分析
- 五、市场预测

#### 第三节 2008年笔记本市场不同消费群体分析

- 一、价格战引领笔记本市场发展
- 二、笔记本市场的不同消费对象分析
- 三、未来的笔记本市场

#### 第四节 2008年笔记本进出口市场分析

- 一、2008年笔记本电脑进出口量、进出口金额分析
- 二、2008年笔记本电脑进出口结构分析
- 三、2008年笔记本电脑进出口地域分析
- 四、2008年笔记本电脑进出口政策分析
- 五、2008年笔记本电脑进出口走势分析
- 六、2008年笔记本电脑国际贸易状况分析
- 七、2008年不同地区笔记本电脑进出口分析
- 八、2008-2009年笔记本进出口量预测

### 第五章 笔记本电脑产销分析

## 第一节 笔记本电脑生产状况分析

- 一、2008年行业笔记本电脑产量、产值分析
- 二、2008年笔记本电脑生产成本与出厂价格分析
- 三、2008年笔记本电脑当前产能配置分析
- 四、生产模式分析
- 五、2008年笔记本电脑产销率与库存投资
- 六、2008年笔记本电脑产出结构
- 七、2008年笔记本电脑产出企业、地域集中度分析
- 八、2008年不同地区生产情况分析
- 九、笔记本电脑生产技术发展
- 十、2008-2009年笔记本产量预测

## 第二节 笔记本电脑销售分析

- 一、笔记本电脑营销模式分析
- 二、2008年笔记本电脑主要销售渠道分析
- 三、2008年笔记本电脑广告、促销策略分析
- 四、2008年笔记本电脑销售网络构建分析
- 五、2008年笔记本电脑销售情况分析
- 六、笔记本电脑国际化营销分析

## 第六章 笔记本电脑供需分析

### 第一节 笔记本电脑供给分析

- 一、2008年笔记本电脑供给量分析
- 二、2008年笔记本电脑供给方式分析
- 三、2008年笔记本电脑产量与实际供给量关系分析
- 四、2008年主要笔记本电脑供给企业分析
- 五、2008年主要笔记本电脑供给地区分析
- 六、近期笔记本电脑供给规律分析
- 七、不同笔记本电脑供给模式对比
- 八、2008-2009年笔记本电脑供给量预测

### 第二节 笔记本电脑需求分析

- 一、2008年笔记本电脑需求量分析
- 二、2008年笔记本电脑需求特点分析

- 三、笔记本电脑潜在需求开发分析
- 四、笔记本电脑消费量与实际需求量关系分析
- 五、2008年主要笔记本电脑需求领域实际需求分析
- 六、2008年主要笔记本电脑需求地区实际需求分析
- 七、近期笔记本电脑需求发展规律分析
- 八、不同笔记本电脑需求空间对比
- 九、2008-2009年笔记本电脑需求量预测

### 第三部分 细分及区域市场分析

#### 第七章 笔记本电脑细分市场分析

##### 第一节 家用笔记本电脑市场分析

- 一、2008年家用笔记本电脑产销情况分析
- 二、2008年家用笔记本电脑供给分析
- 三、2008年家用笔记本电脑需求分析
- 四、2008年家用笔记本电脑进出口分析
- 五、2008年家用笔记本电脑供需平衡分析

##### 第二节 商用笔记本电脑市场分析

- 一、2008年商用笔记本电脑产销情况分析
- 二、2008年商用笔记本电脑供给分析
- 三、2008年商用笔记本电脑需求分析
- 四、2008年商用笔记本电脑进出口分析
- 五、2008年商用笔记本电脑供需平衡分析

#### 第八章 笔记本电脑区域市场分析

##### 第一节 笔记本电脑区域比较分析

- 一、华北地区
- 二、华东地区
- 三、华南地区
- 四、西北地区
- 五、东北地区
- 六、华中地区
- 七、西南地区



## 第二节 不同地区笔记本电脑市场分析

- 一、2008年不同地区笔记本电脑产销分析
- 二、2008年不同地区笔记本电脑政策分析
- 三、2008年不同地域企业竞争力分析
- 四、2008年不同企业笔记本电脑发展程度分析
- 五、2008年不同地区笔记本电脑价格分析
- 六、不同地区笔记本电脑营销模式分析
- 七、2008年不同地区发展趋势分析
- 八、2008-2009年不同地区产销量预测

## 第四部分 行业竞争分析

### 第九章 笔记本电脑行业竞争分析

#### 第一节 笔记本电脑行业的发展周期

- 一、笔记本电脑行业的经济周期
- 二、笔记本电脑行业的增长性与波动性
- 三、笔记本电脑行业的成熟度

#### 第二节 笔记本电脑行业历史竞争格局综述

- 一、笔记本电脑行业集中度分析
- 二、笔记本电脑行业竞争程度
- 三、笔记本电脑行业SWOT分析
- 四、笔记本电脑行业壁垒分析
- 五、笔记本电脑行业替代品分析

#### 第三节 2008年笔记本市场品牌竞争力分析

- 一、2008年整体市场格局分析
- 二、2008年华人笔记本品牌分析
- 三、2008年欧美笔记本品牌分析
- 四、2008年日韩笔记本品牌分析
- 五、2008年三大阵营竞争力分析

#### 第四节 笔记本与台式电脑的竞争

- 一、2008年个人笔记本电脑品牌竞争情况
- 二、笔记本电脑走向差异化竞争
- 三、2007-2008年整体笔记本电脑市场竞争格局

#### 四、笔记本电脑的价格竞争分析

#### 五、笔记本让台式机失势

#### 第五节 2008-2009年笔记本电脑行业竞争格局展望

### 第十章 笔记本电脑重点企业分析

#### 第一节 联想

##### 一、企业概况

##### 二、品牌SWOT分析

##### 三、2008年经营状况

##### 四、2008年产销分析

##### 五、2009年发展规划

#### 第二节 惠普

##### 一、企业概况

##### 二、品牌SWOT分析

##### 三、2008年经营状况

##### 四、2008年产销分析

##### 五、2009年发展规划

#### 第三节 华硕

##### 一、企业概况

##### 二、品牌SWOT分析

##### 三、2008年经营状况

##### 四、2008年产销分析

##### 五、2009年发展规划

#### 第四节 神舟

##### 一、企业概况

##### 二、品牌SWOT分析

##### 三、2008年经营状况

##### 四、2008年产销分析

##### 五、2009年发展规划

#### 第五节 戴尔

##### 一、企业概况

##### 二、品牌SWOT分析

三、2008年经营状况

四、2008年产销分析

五、2009年发展规划

#### 第六节 海尔

一、企业概况

二、品牌SWOT分析

三、2008年经营状况

四、2008年产销分析

五、2009年发展规划

#### 第七节 宏碁

一、企业概况

二、品牌SWOT分析

三、2008年经营状况

四、2008年产销分析

五、2009年发展规划

#### 第八节 三星

一、企业概况

二、品牌SWOT分析

三、2008年经营状况

四、2008年产销分析

五、2009年发展规划

#### 第九节 东芝

一、企业概况

二、品牌SWOT分析

三、2008年经营状况

四、2008年产销分析

五、2009年发展规划

#### 第十节 索尼

一、企业概况

二、品牌SWOT分析

三、2008年经营状况

四、2008年产销分析

## 五、2009年发展规划

### 第五部分 行业发展趋势及投资

#### 第十一章 笔记本电脑行业发展趋势

##### 第一节 计算机行业发展趋势分析

###### 一、2009年计算机市场发展前瞻

###### 二、2009年计算机市场展望

###### 三、2009年台式机电脑市场展望

###### 四、2011年PC电脑的销量预测

##### 第二节 笔记本电脑行业发展趋势分析

###### 一、2009年笔记本电脑市场展望

###### 二、2009年笔记本电脑销量预测

###### 三、2009年笔记本电脑发展趋势

##### 第三节 笔记本电脑供给预测

###### 一、2009年主要影响因素分析

###### 二、2008-2010年笔记本电脑供给预测

##### 第四节 笔记本电脑需求预测

###### 一、2009年主要影响因素分析

###### 二、2008-2010年笔记本电脑需求预测

#### 第十二章 笔记本电脑行业投资分析

##### 第一节 中国笔记本电脑行业风险分析

###### 一、2008-2009年宏观经济波动风险及控制

###### 二、2008-2009年行业政策风险及控制

###### 三、2008-2009年供需风险及控制

###### 四、2008-2009年技术风险及控制

###### 五、2008-2009年经营风险及控制

###### 六、2008-2009年相关行业风险及控制

##### 第二节 2008-2009年中国笔记本电脑投资分析

###### 一、2008-2009年投资政策分析

###### 二、2008-2009年投资环境分析

###### 三、2008-2009年不同地域投资机会与投资风险分析

- 四、2008-2009年热点投资笔记本电脑分析
- 五、2008-2009年进出口领域投资机会与投资风险分析
- 六、不同笔记本电脑投资建议
- 七、不同地区投资建议
- 八、企业经营管理建议

## 图表目录

图表：2008年笔记本电脑进口量曲线图

图表：2007-2008年中国大陆笔记本电脑进口量月累计表

图表：2008年笔记本电脑出口量曲线图

图表：2008中国大陆笔记本电脑出口量月累计表

图表：2008年笔记本电脑品牌关注度分析

图表：2008年笔记本电脑产品关注度分析

图表：2008年笔记本电脑消费行为调查对象性别分布

图表：2008年笔记本电脑消费行为调查对象年龄分布

图表：2008年笔记本电脑消费行为调查对象职业分布

图表：2008年笔记本电脑消费行为调查对象月收入分布

图表：2008年笔记本电脑消费行为调查对象在全国七大区域的分布状况

图表：2008年笔记本电脑消费行为调查分布率最高的大省市自治区及直辖市分布

图表：2008年笔记本电脑消费行为消费者购买产品情况分布

图表：笔记本电脑消费行为购买笔记本至今大概多久

图表：笔记本电脑消费行为计划换本用户分布状况

图表：笔记本电脑消费行为实际购买产品品牌分布

图表：选择笔记本而不是台式机的原因分布

图表：实际用户购买笔记本的价位区间分布

图表：实际用户购买笔记本的用途分布

图表：实际用户购买笔记本的屏幕规格分布

图表：实际用户购买笔记本的屏幕尺寸分布

图表：实际用户购买笔记本的CPU类型分布

图表：实际用户购买笔记本的内存大小分布

图表：除USB接口，实际用户最常用到的接口分布

图表：实际用户购买笔记本的地点分布

图表：笔记本电脑使用至今是否出现质量问题

图表：笔记本电脑产品出现质量问题的主要表现

图表：笔记本电脑计划购买时间分布状况

图表：笔记本电脑优先选择品牌排行榜

图表：笔记本电脑首选联想的潜在用户次优先选择品牌分布

图表：笔记本电脑首选惠普的潜在用户次优先选择品牌分布

图表：笔记本电脑首选戴尔的潜在用户次优先选择品牌分布

图表：笔记本电脑首选华硕的潜在用户次优先选择品牌分布

图表：笔记本电脑选购笔记本最大顾虑分布

图表：笔记本电脑选购笔记本最关心的配置分布

图表：笔记本电脑潜在用户可接受价位分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的颜色分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的外壳分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的屏幕规格分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的屏幕尺寸分布

图表：笔记本电脑奔腾双核T、T等低端双核笔记本是否会吸引您购买

图表：笔记本电脑SantaRosa已经发布，会选择迅驰还是现有平台产品

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的显卡类型分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的内存大小分布

图表：笔记本电脑潜在用户认可的笔记本待机时间分布

图表：笔记本电脑潜在用户认为最需要的技术功能分布

图表：笔记本电脑是否会购买Vista最新技术的笔记本

图表：笔记本电脑潜在用户倾向购买笔记本的类型分布

图表：笔记本电脑潜在用户理想的笔记本重量分布

图表：笔记本电脑潜在用户获知产品信息渠道调查

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的渠道分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的时间分布

图表：笔记本电脑潜在用户计划购买笔记本的地点分布

图表：笔记本电脑实际购买产品品牌分布

图表：笔记本电脑实际用户与潜在用户选购笔记本的价位分布

图表：笔记本电脑实际用户与潜在用户选购笔记本的屏幕尺寸分布

图表：笔记本电脑实际用户与潜在用户选购笔记本的屏幕规格分布

图表：笔记本电脑实际用户与潜在用户选购笔记本的内存大小分布

图表：2008年1-10月微型电子计算机产量全国合计

图表：2008年1-10月微型电子计算机产量北京市合计

图表：2008年1-10月微型电子计算机产量天津市合计

图表：2008年1-10月微型电子计算机产量山西省合计

图表：2008年1-10月微型电子计算机产量辽宁省合计

图表：2008年1-10月微型电子计算机产量吉林省合计

图表：2008年1-10月微型电子计算机产量黑龙江合计

图表：2008年1-10月微型电子计算机产量上海市合计

图表：2008年1-10月微型电子计算机产量江苏省合计

图表：2008年1-10月微型电子计算机产量浙江省合计

图表：2008年1-10月微型电子计算机产量安徽省合计

图表：2008年1-10月微型电子计算机产量福建省合计

图表：2008年1-10月微型电子计算机产量山东省合计

图表：2008年1-10月微型电子计算机产量河南省合计

图表：2008年1-10月微型电子计算机产量广东省合计

图表：2008年1-10月微型电子计算机产量陕西省合计

图表：2008年1-10月笔记本电脑产量全国合计

图表：2008年1-10月笔记本电脑产量北京市合计

图表：2008年1-10月笔记本电脑产量天津市合计

图表：2008年1-10月笔记本电脑产量山西省合计

图表：2008年1-10月笔记本电脑产量辽宁省合计

图表：2008年1-10月笔记本电脑产量吉林省合计

图表：2008年1-10月笔记本电脑产量黑龙江合计

图表：2008年1-10月笔记本电脑产量上海市合计

图表：2008年1-10月笔记本电脑产量江苏省合计

图表：2008年1-10月笔记本电脑产量浙江省合计

图表：2008年1-10月笔记本电脑产量安徽省合计

图表：2008年1-10月笔记本电脑产量福建省合计

图表：2008年1-10月笔记本电脑产量山东省合计

图表：2008年1-10月笔记本电脑产量河南省合计

图表：2008年1-10月笔记本电脑产量广东省合计

图表：2008年1-10月笔记本电脑产量陕西省合计

图表：2008年2月电子计算机制造销售收入前十家企业排名

图表：2008年5月电子计算机制造销售收入前十家企业排名

图表：2008年8月电子计算机制造销售收入前十家企业排名

图表：2008年11月电子计算机制造销售收入前十家企业排名

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标全国合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标北京市合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标天津市合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标河北省合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标山西省合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标吉林省合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标上海市合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标江苏省合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标浙江省合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标安徽省合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标福建省合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标江西省合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标山东省合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标河南省合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标湖北省合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标湖南省合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标广东省合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标广西区合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标重庆市合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标四川省合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标云南省合计

图表：2008年1-11月电子计算机制造主要经济指标陕西省合计

图表：2008上半年最受关注的15大笔记本品牌关注度分布

图表：15大笔记本品牌中华人、欧美、日韩所占关注度分布



图表：2008年1-6月主流华人笔记本品牌关注比例走势

图表：2008年1-6月主流欧美笔记本品牌关注比例走势

图表：2008年1-6月主流日韩系笔记本品牌关注比例走势

图表：2008年笔记本电脑品牌关注度排行

图表：2007-2008年中国长城计算机深圳股份有限公司每股指标

图表：2007-2008年中国长城计算机深圳股份有限公司获利能力表

图表：2007-2008年中国长城计算机深圳股份有限公司经营能力表

图表：2007-2008年中国长城计算机深圳股份有限公司偿债能力表

图表：2007-2008年中国长城计算机深圳股份有限公司资本结构表

图表：2007-2008年中国长城计算机深圳股份有限公司发展能力表

图表：2007-2008年中国长城计算机深圳股份有限公司现金流量分析表

图表：2007-2008年中国长城计算机深圳股份有限公司利润分配表

图表：2008年1-11月不同核心数量CPU价格走势对比

图表：2008年1-11月两大厂商价格变动产品数量对比

图表：2008年1-11月Intel.CPU和AMD.CPU价格走势对比

图表：2008年1-11月酷睿2双核处理器价格走势对比

图表：2008年1-11月Intel与AMD双核系列产品价格走势对比

图表：2008年1-11月Intel与AMD低端系列产品价格走势对比

图表：2008年1-11月酷睿2双核处理器市场平均价格走势

图表：2008年1-11月Intel与AMD双核系列产品均价走势对比

图表：2008年1-11月Intel与AMD低端系列产品均价走势对比

图表：2008年1-11月中国市场最受用户关注前15大液晶显示器品牌关注比例分布

图表：2008年1-11月中国液晶显示器区域市场关注比例分布

图表：2008年1-11月全国七大区域市场关注度排前十名的品牌列表

图表：2008年1-11月中国市场宽屏与非宽屏液晶显示器关注比例分布

图表：2008年1-11月中国市场不同尺寸液晶显示器关注比例分布统计

图表：2008年1-11月中国市场不同价格段液晶显示器关注比例分布

图表：2008年1-11月不同价格段19英寸宽屏液晶显示器关注比例分布

图表：2008年1-11月不同价格段22英寸宽屏液晶显示器关注比例分布

图表：2007年中国市场最受用户关注的15大显卡品牌分布

图表：2007年中国市场NVIDIA与ATI芯片关注比例对比

图表：2007年中国市场最受关注的前十大显示芯片

图表：2007年中国市场不同接口显卡关注比例分布

图表：2007年中国市场不同价格区间显卡关注比例分布

图表：2006年与2007年不同价格区间显卡关注比例对比

图表：2007年1月-12月不同价格区间显卡关注比例走势

图表：2007年1-12月整体显卡市场价格指数走势

图表：2007年NVIDIA与ATI芯片显卡均价对比

图表：2007年中国市场主流品牌显卡市场均价对比

图表：国内3-5万元PC服务器市场列表

图表：2007年度硬盘品牌关注状况分析

图表：2007年度硬盘品牌关注度对比分析

图表：2007年度各硬盘品牌关注度排名增长状况

图表：2007年不同接口类型硬盘产品的关注度对比分析

图表：2007年不同容量硬盘产品的关注度对比分析

图表：2007年不同缓存硬盘产品的关注度对比分析

图表：2007年度各型号硬盘关注度排名状况

图表：2007年度台式机硬盘关注度排名状况

图表：2007年度笔记本硬盘关注度排名状况

图表：2007年机箱品牌分析

图表：2007年机箱价位分析

图表：2007年机箱选择重点分析

图表：2007年主板市场品牌关注度

图表：2007年主板市场产品关注度

图表：2007年12月中国市场最受用户关注的十大内存品牌分布

图表：2007年11月与12月最受用户关注的十大厂商排行榜分布对比状况

图表：2001-2006年全球前十大品牌美系、华人、日系市场占有率比较

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37204.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提供专业投资咨询报告、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。