

# 2006-2007年中国台式PC 品牌竞争力研究年度报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2006-2007年中国台式PC品牌竞争力研究年度报告》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.abaogao.com/b/diannaoy/X950437OAM.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2006-2007年中国台式PC品牌竞争力研究年度报告 内容介绍：

研究领域：台式PC

涉及厂商：联想、方正、戴尔、同方、惠普等

报告推荐：

2006年，中国台式PC(台式PC市场分析)市场快速成长局面不再，品牌竞争步入综合实力比拼阶段。价格已不是竞争的唯一利器，主流厂商纷纷注重以品牌竞争力为核心的综合实力的提升。

伴随市场规模的不断增长和用户的不断普及，中国台式PC(台式PC市场分析)市场日趋成熟。从市场需求来看，消费者在品牌选择方面更加理性：在充分考虑性价比的基础上，售后服务意识不断增强，个性化需求呈明显上升趋势。与之相对应的，主流台式PC厂商针对日益细分的市场，采取更精准的品牌定位，实施更精细的品牌管理，在品牌推广方面手段更为灵活、丰富。

面对竞争与市场的变化和挑战，我们发布的《2006-2007年中国台式PC品牌竞争力研究年度报告》，将从以下方面帮助业界厂商、投资者、产业链条更精确地把握中国台式PC品牌竞争力状况、更深入地梳理细分应用价值变迁轨迹——

翔实的市场描述数据，从产品结构等多个角度刻画年度发展变化，洞察行业发展动向。

评述2006年主要品牌竞争表现，从品牌定位、管理、推广等多个维度总结企业成败得失，评点品牌领先要素。

建立完整的品牌竞争力评价指标体系，涵盖品牌领导力、品牌市场力、品牌忠诚力、品牌创新力与品牌生命力等五大要素，真实再现主力厂商的品牌竞争力。针对品牌竞争力短板，精炼出提升建议。

### 一、2006年中国台式PC产品(台式PC产品市场分析)市场现状与趋势

#### (一) 市场现状

- 1、2004-2006年市场规模与增长
- 2、2006年市场特点

#### (二) 市场趋势

- 1、产品与技术
- 2、价格
- 3、渠道

#### 4、服务

##### 二、2006年中国台式PC产品企业品牌定位分析

###### (一) 企业品牌定位的类型与特点

###### (二) 品牌定位问题与误区

##### 三、2006年中国台式PC企业品牌管理

###### (一) 企业品牌管理模式

###### (二) 企业品牌管理经验

##### 四、2006年中国台式PC企业品牌推广

###### (一) 企业品牌推广方式与手段

###### (二) 企业品牌推广经验

##### 五、2006年中国台式PC(台式PC市场分析)市场品牌竞争力评价

###### (一) 品牌竞争力评价指标体系

###### (二) 品牌竞争力评价

##### 六、2006年中国台式PC(台式PC市场分析)市场主力厂商品牌竞争力

###### (一) Lenovo

###### 1、品牌领导力

###### 2、品牌市场力

###### 3、品牌忠诚力

###### 4、品牌创新力

###### 5、品牌生命力

##### 七、2006年中国台式PC品牌竞争力提升建议

###### (一) 品牌定位

###### (二) 品牌管理

###### (三) 品牌推广

##### 品牌竞争力评价指标体系

###### 1级指标(权重)

###### 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

###### 2级指标(权重)

市场影响力  
知名度  
定位  
地域扩张力  
市场份额  
市场占有能力  
市场创利能力  
市场发展能力  
品牌忠诚度  
创新性  
研发资金投入  
品牌发展潜力  
品牌稳定性  
品牌所获支持

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diannaoy/X950437OAM.html>