



# 笔记本行业 大数据报告

# 目录

CONTENTS

01

02

03

行业趋势

竞争格局

人群特征

01

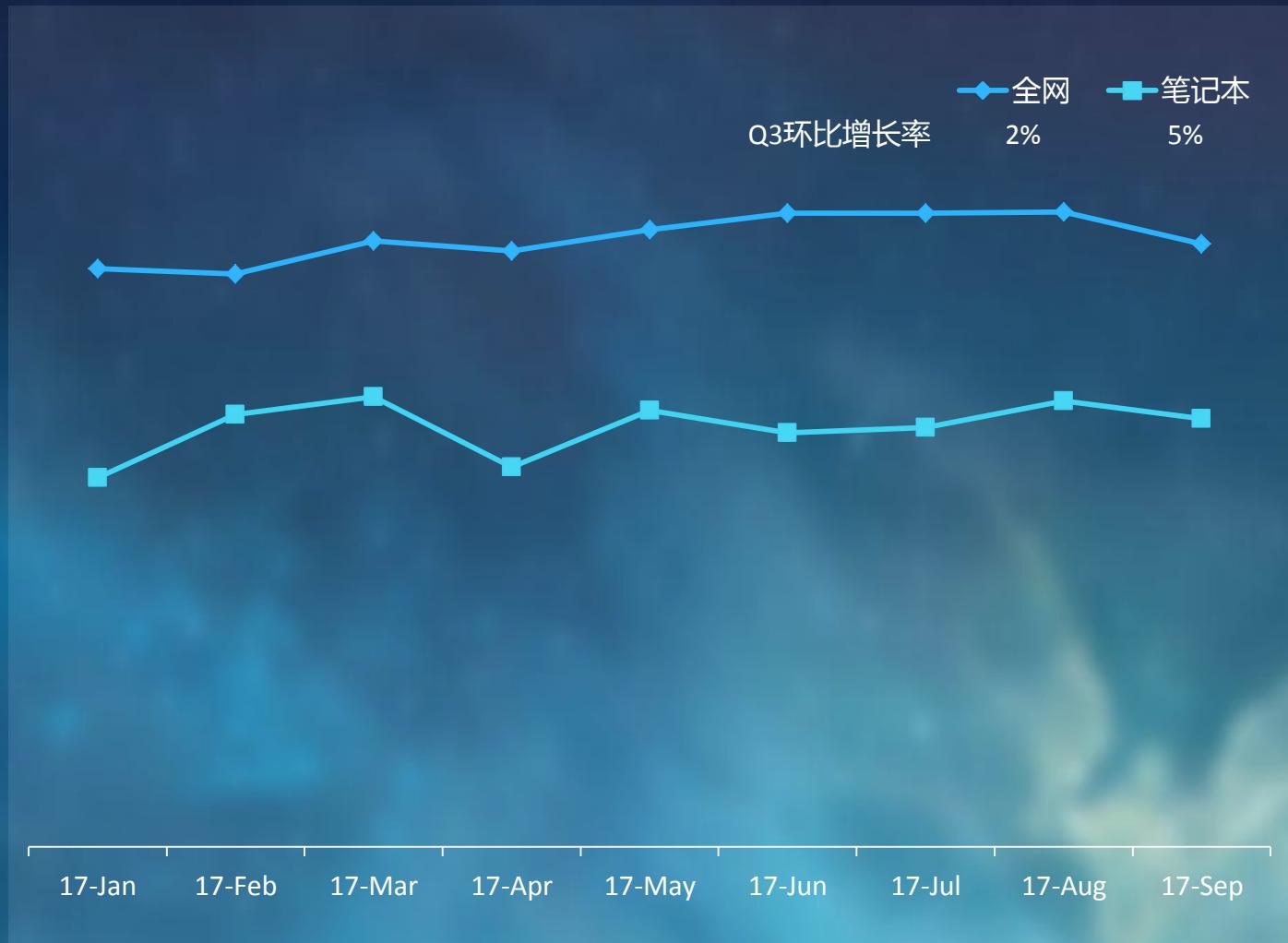
## 行业趋势

01

# 笔记本行业关注度Q3环比提升5%



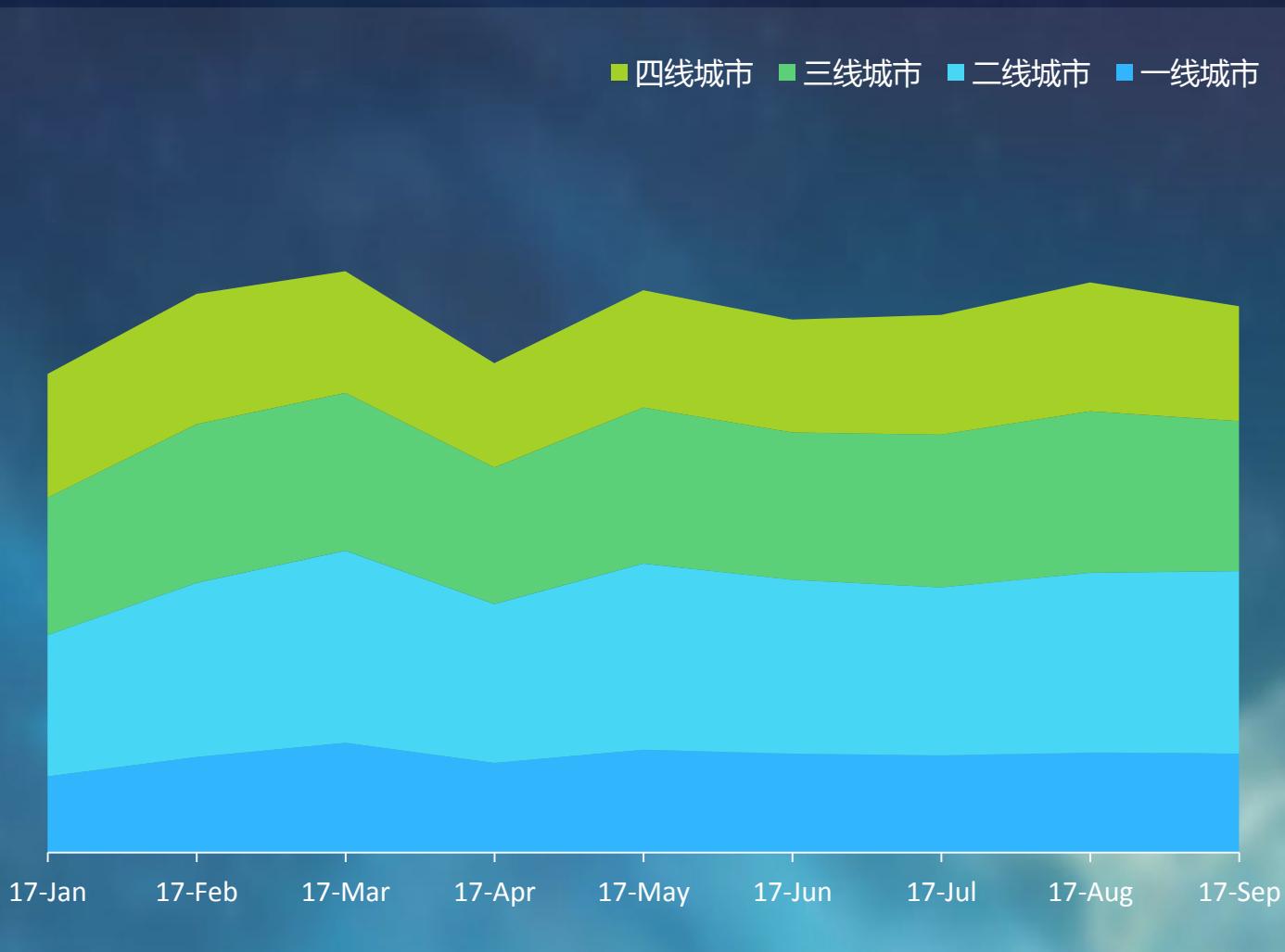
## 笔记本行业关注指数趋势



数据来源：360大数据，全网和笔记本行业流量差距较大，此数只说明数据趋势

# 一二线城市笔记本流量份额提升

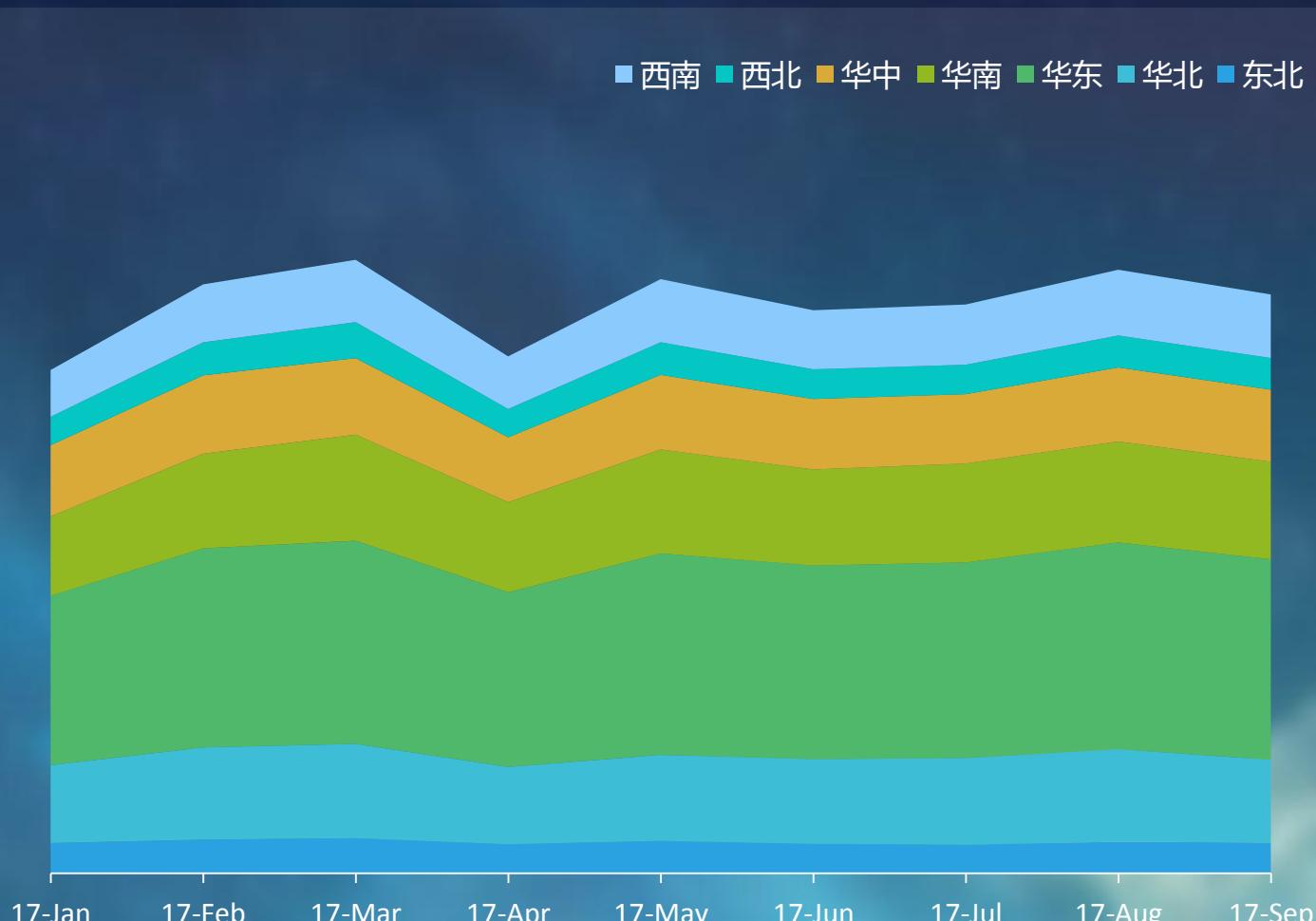
## ▶ 笔记本行业流量城级分布趋势



一二线城市笔记本流量份额提升，三四线城市笔记本流量份额下降。

# 行业流量向南部转移

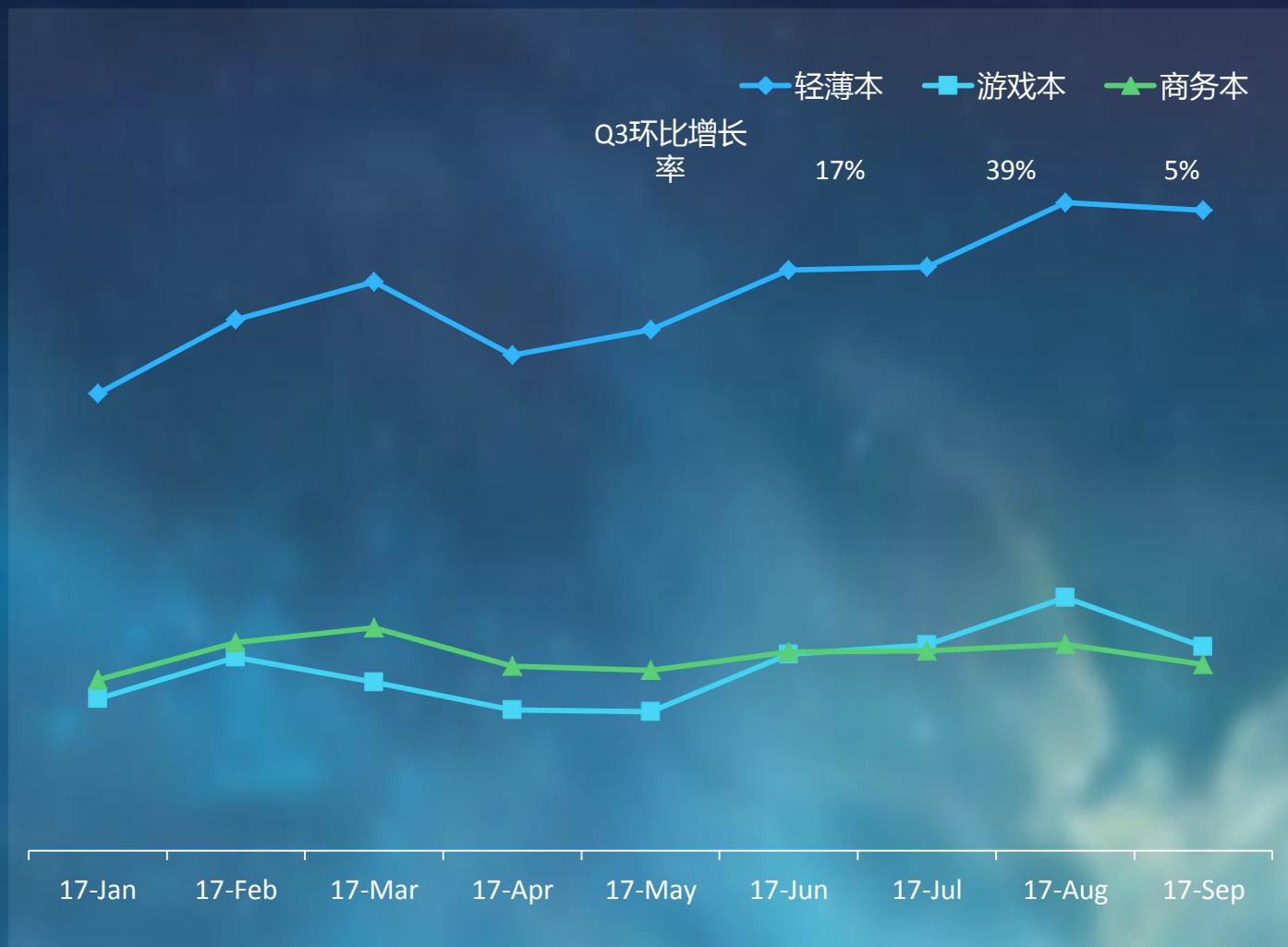
## 笔记本行业流量地域分布趋势



西南、华南笔记本  
流量份额提升，东  
北、西北笔记本流  
量份额下降。

# 游戏本关注度涨幅明显

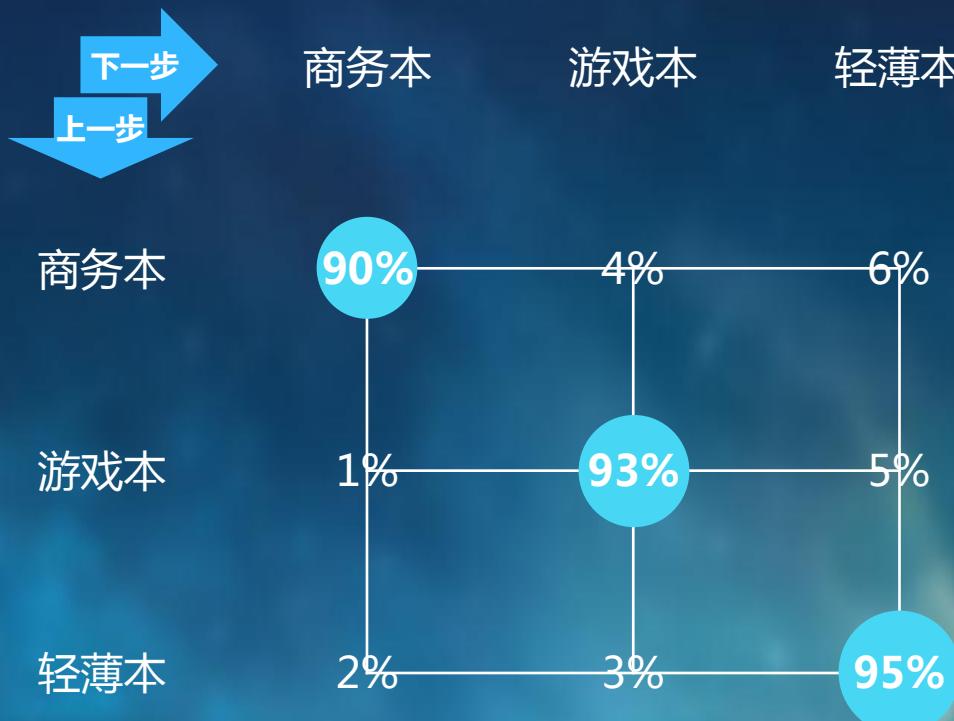
## 功能笔记本关注趋势



功能笔记本细分来看，轻薄本流量占比最高，Q3流量环比增长17%，游戏本涨势最猛，Q3环比涨幅39%

# 轻薄本对游戏本和商务本流量抢夺较多

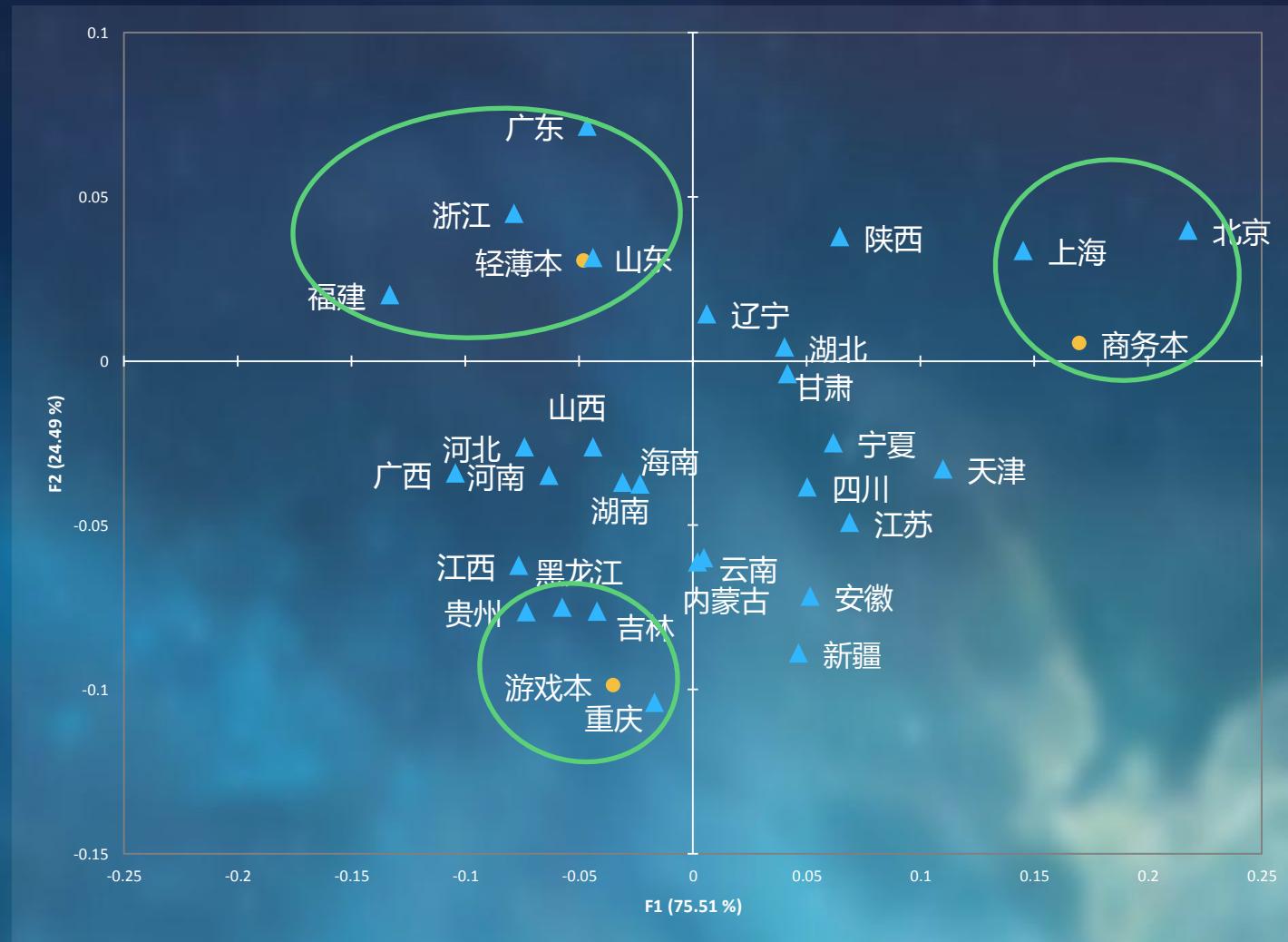
## 功能笔记本关注忠诚叛变模型



轻薄本对游戏本和商务本流量抢夺较多，商务本再和轻薄本和游戏本的流量转化中处于弱势。

# 功能笔记本关注存地区差异

## 功能笔记本和流量大省对应分析



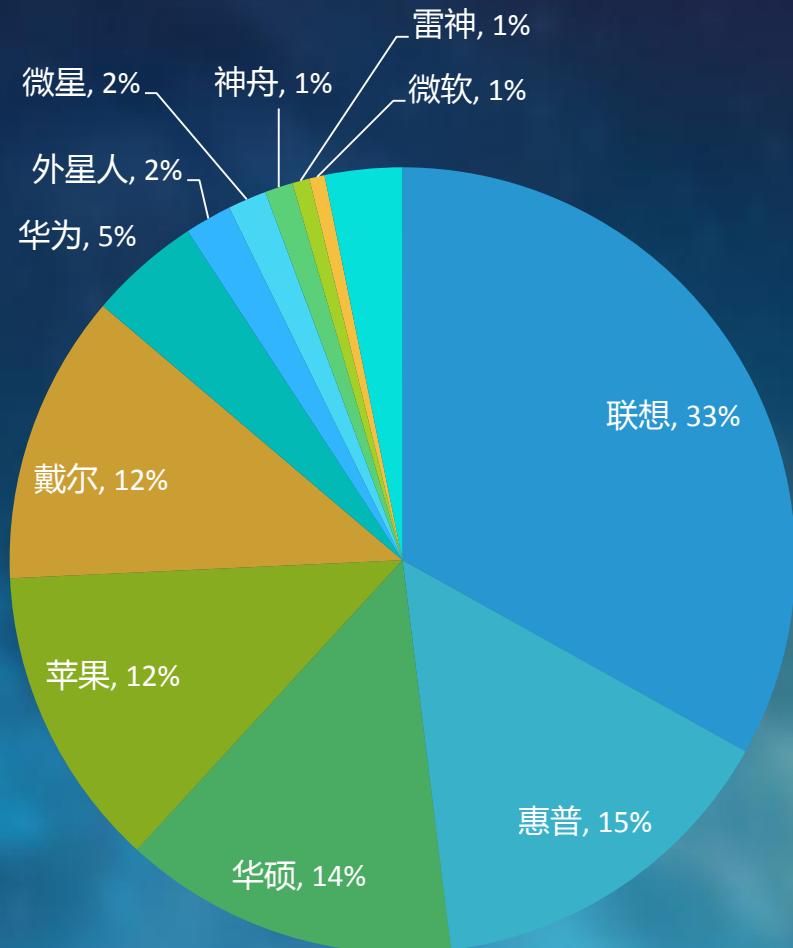
北京、上海用户更关注商务本，重庆、贵州、黑龙江和吉林用户更关注游戏本，福建、浙江、广东、山东用户更关注轻薄本。

02

## 竞争格局

# 行业竞争激烈，一超四强格局成形

## 笔记本品牌关注份额



联想笔记本关注度占到行业三分之一，惠普、华硕、苹果、戴尔笔记本关注份额都在10%以上。

# 华硕、苹果笔记本Q3流量涨幅最高

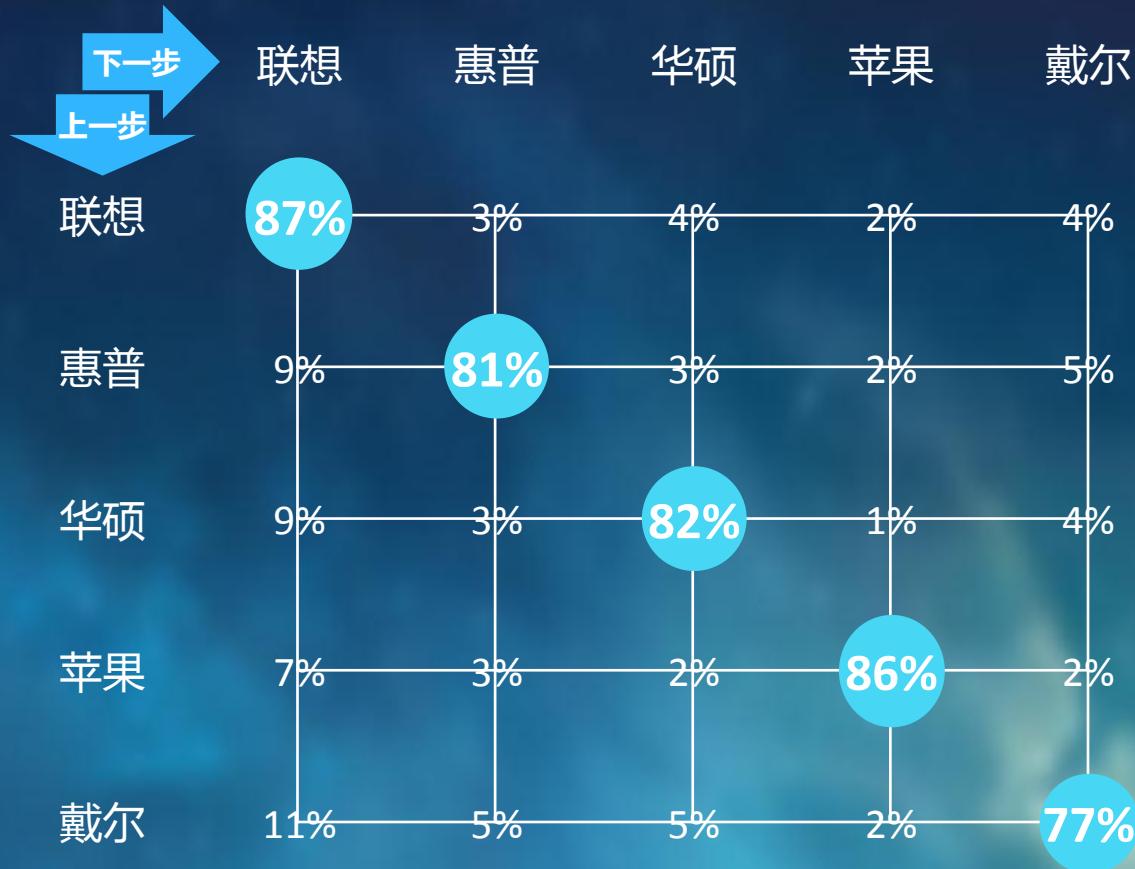
## Top笔记本品牌关注趋势



华硕、苹果笔记本Q3环比涨幅超过15%，华为、戴尔和联想涨幅也超过10%。

# 联想占优势，惠普、戴尔互掐，苹果自己玩

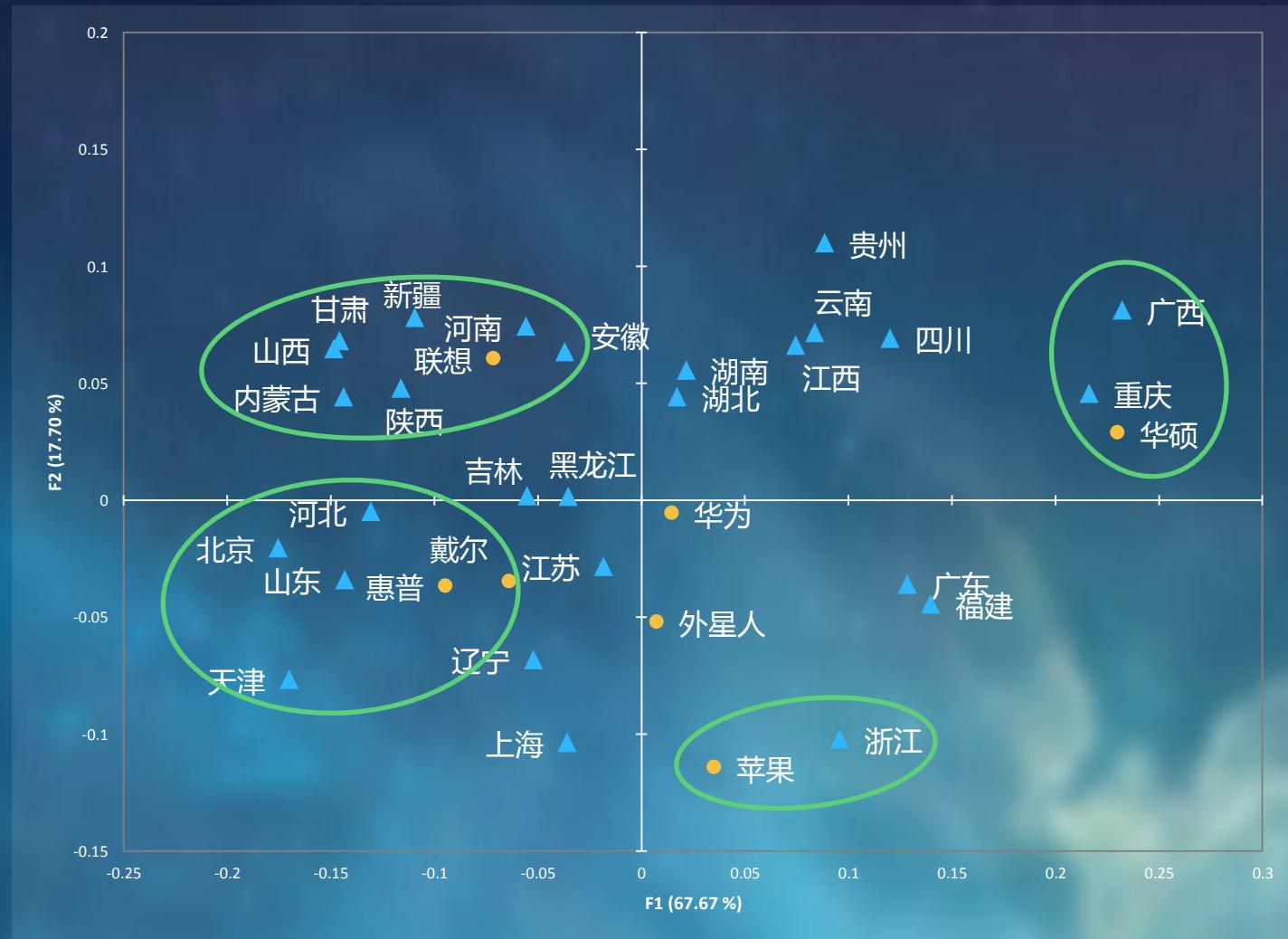
## ► 笔记本品牌关注忠诚叛变模型



联想笔记本在竞争中处优势地位，惠普和戴尔之间相互的流量抢夺较为激烈，苹果笔记本与竞品的流量交互较少。

# 惠普和戴尔在京津翼关注流量更高

## Top笔记本品牌和流量大省对应分析



西北、华中地区网民更关注联想，京津冀网民更关注惠普和戴尔，广西和重庆网民更关注华硕。

# 联想小新、Macbook系列用户关注最高

## ▶ 笔记本系列产品关注度Top10



联想小新、  
Macbook Air和  
Pro、戴尔灵越、  
联想拯救者系列关  
注排名前五。

# 游戏本外星人流量优势明显

► Top轻薄笔记本品牌/系列关注度



► Top游戏笔记本品牌/系列关注度



轻薄本热门系列产品较多，游戏本品牌型号关注度差异较大，外星人优势明显。

# ThinkPad-X1单品用户关注最高

## ▶ 笔记本型号关注度Top10



ThinkPad-X1、微软Surface Pro 4和华硕X550三款笔记本关注排名靠前。

## ▶ 轻薄、游戏、商务笔记本型号关注Top5



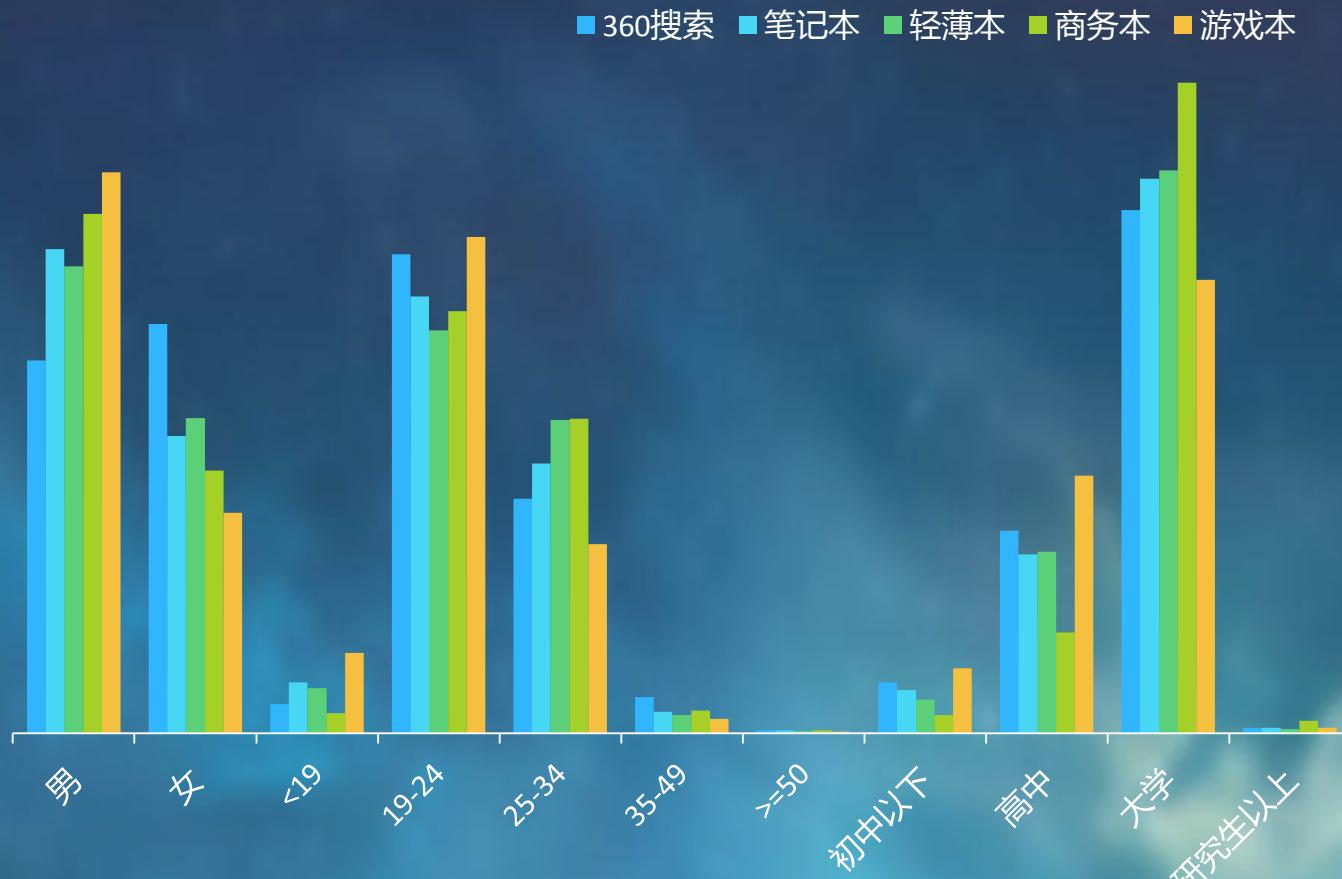
戴尔XPS-13、联想拯救者R720、ThinkPad X1在三个细分品类中关注度中排名第一。

03

## 人群特征

# 商务本人群：高学历男青年，游戏本人群：男学生

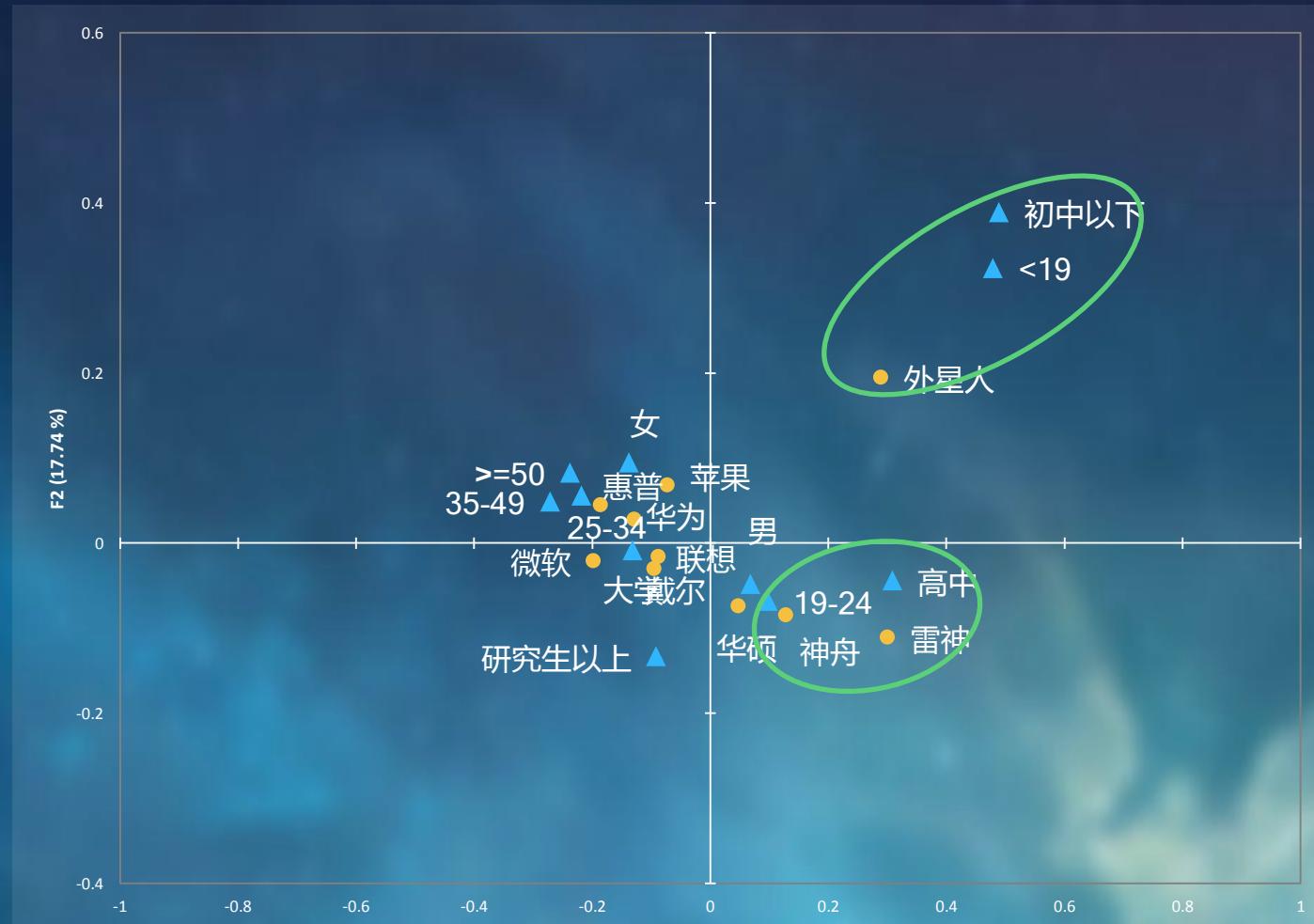
## 笔记本人群画像



笔记本人群男性为主，25-34岁比例高于全网，平均学历高于全网。  
轻薄本人群男女比例相对均衡；  
商务本人群画像：高学历男青年；  
游戏本人群男学生属性较强。

# 外星人笔记本人群最年轻

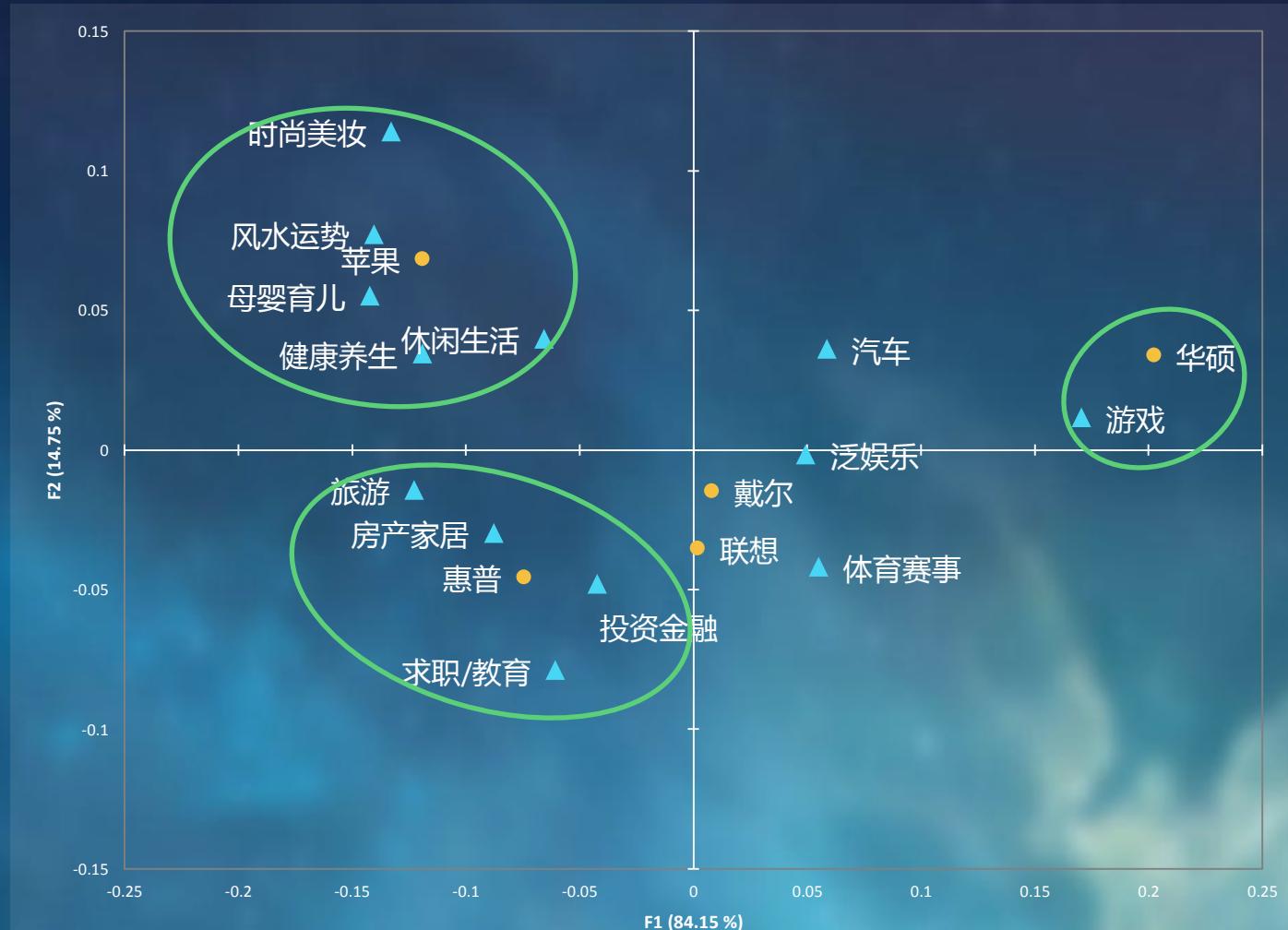
## Top笔记本品牌和人口属性对应分析



外星人笔记本人群最年轻，其次为雷神和神舟笔记本人群。

# 华硕人群爱游戏，苹果爱生活，惠普更务实

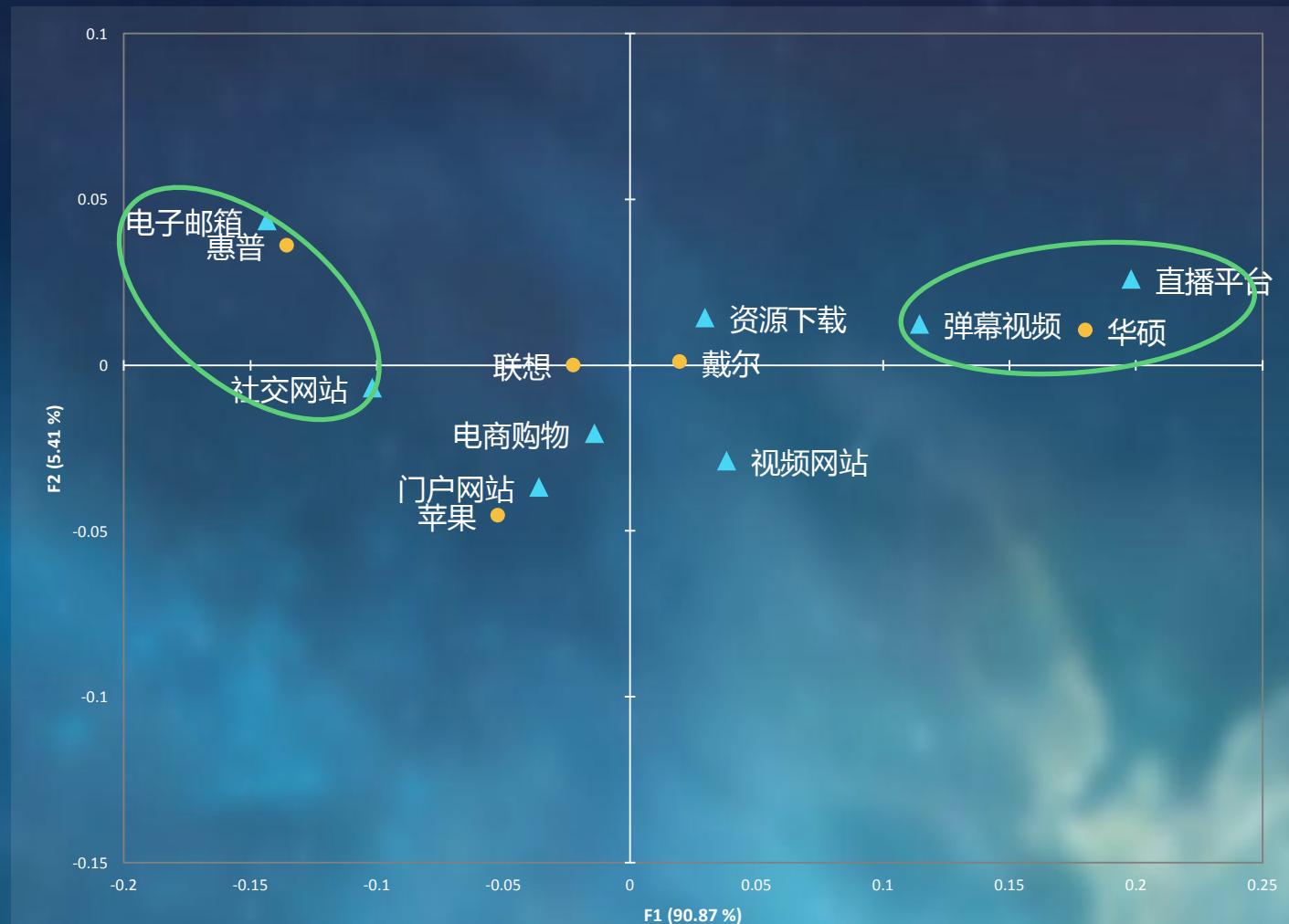
## ► Top笔记本品牌和兴趣点对应分析



华硕笔记本人群更爱玩游戏；苹果笔记本人群更关注市场美妆、星座运势、母婴育儿、运动健康和休闲生活；惠普笔记本人群更关注旅游、房产家居、教育和投资。

# 华硕和惠普笔记本人群媒体偏好特征较为明显

## ► Top笔记本品牌和媒体偏好对应分析



华硕笔记本人群更多浏览直播平台和弹幕视频网站，惠普笔记本人群更关注电子邮箱和社交网站。



**THANK YOU  
FOR WATCHING**