

2013年1月18日

中国のPC市場 2012年の落ち込みと変容

(一)全体の規模及び伸び率

世界経済の低迷を受け、2012年の中国のPC需要は全体的に落ち込み、各製品の実績は前年末の予測を下回り、通年の販売台数は25.3%増となりそうだ。内訳は、デスクトップ型が3.4%増と小幅な伸びで2,557万4千台、ノート型が10.6%増と伸び悩み2,983万9千台。2011年に爆発的に伸びたタブレット製品は高めの伸びを維持し、917万5千台を見込む。

表1 2011-2012年の中国のPCの販売台数及び伸び率

(単位:万台)	2011年	2012年(予測)	伸び率
ノート型	2,697.9	2,983.9	10.6%
デスクトップ型	2,473.3	2,557.4	3.4%
タブレット型	492.5	917.5	86.3%
合計	5,663.7	6,458.8	25.3%

データ出典:CCID(賽迪顧問)

(二)市場構成

1. 製品構成

2012年は14インチのノート型のシェアが55.7%と主力を維持。ウルトラブックが売り出されたことで13インチ型のシェアが16.4%まで上昇した。デスクトップ型は19インチ、20インチがそれぞれ36.1%と31.1%までシェアを伸ばすなど、大型ディスプレイがやや好調だった。

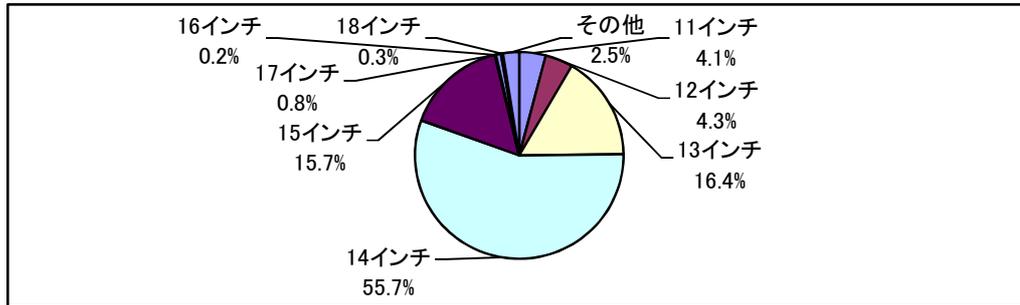
表2 2012年の中国のノート型製品の構成

ディスプレイのサイズ	販売台数シェア
11インチ	4.1%
12インチ	4.3%
13インチ	16.4%
14インチ	55.7%
15インチ	15.7%
16インチ	0.2%
17インチ	0.8%
18インチ	0.3%
その他	2.5%

データ出典:CCID(賽迪顧問)

■ 電子的または機械的手段を問わず、本資料の一部または全部を無断で複製・転送等を行わないようお願い致します。また、当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に際してはお客様ご自身の判断にてお願い致します。

図1 2012年の中国のノート型製品のサイズ別販売台数のシェア



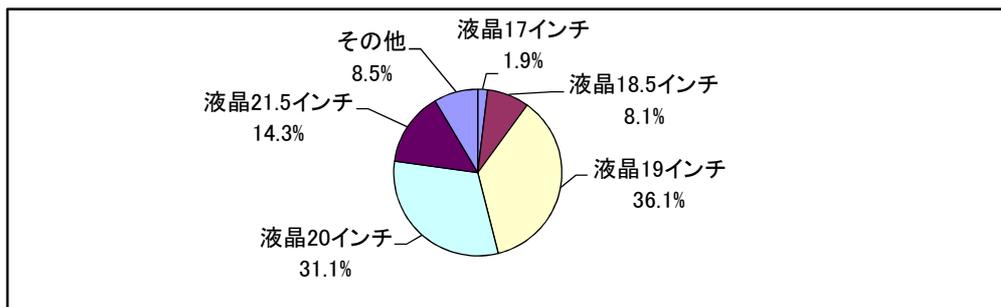
データ出典: CCID(賽迪顧問)

表3 2013年の中国のデスクトップ型の製品構成

ディスプレイのサイズ	販売台数シェア
液晶 17 インチ	1.9%
液晶 18.5 インチ	8.1%
液晶 19 インチ	36.1%
液晶 20 インチ	31.1%
液晶 21.5 インチ	14.3%
その他	8.5%
合計	100.00%

データ出典: CCID(賽迪顧問)

図2 2012年の中国のデスクトップ型製品のサイズ別販売台数のシェア



データ出典: CCID(賽迪顧問)

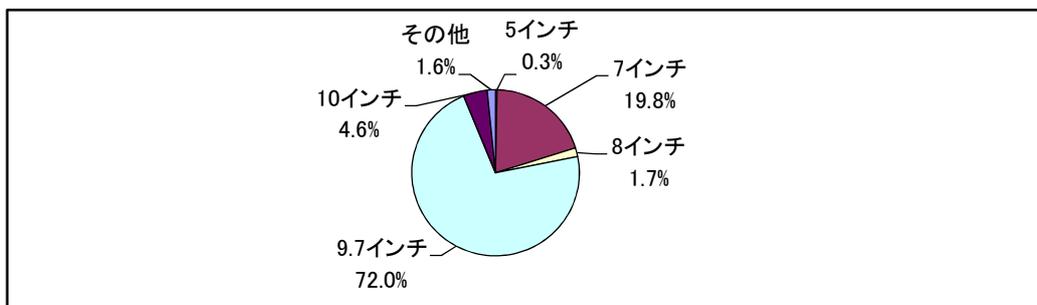
■ 電子的または機械的な手段を問わず、本資料の一部または全部を無断で複製・転送等を行わないようお願い致します。また、当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に際してはお客様ご自身の判断にてお願い致します。

表4 2012年の中国のタブレット型製品の構成

ディスプレイのサイズ	販売台数シェア
5 インチ	0.3%
7 インチ	19.8%
8 インチ	1.7%
9.7 インチ	72.0%
10 インチ	4.6%
その他	1.6%
合計	100.0%

データ出典: CCID(賽迪顧問)

図3 2012年の中国のタブレット型製品のサイズ別販売台数

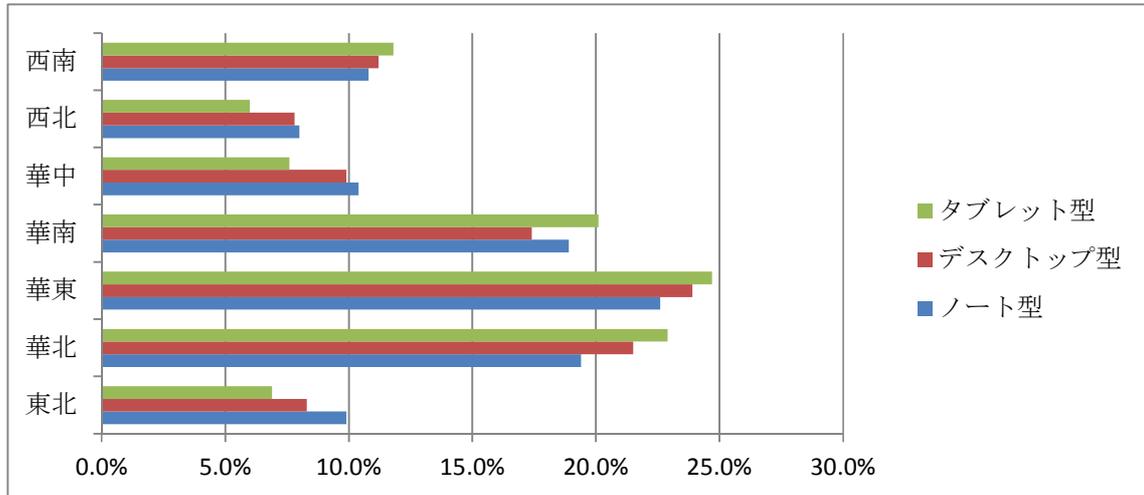


データ出典: CCID(賽迪顧問)

2. 地域構成

PC市場の地域分布を見ると、華東、華北、華南といった先進地域が上位三位を占めるものの、シェアはやや落ち込んでいる。西南、西北、華中の中西部地域が2011年からやや上昇した。

図 4 2012 年の中国 PC 市場の地域構成



データ出典: CCID (賽迪顧問)

(三) 市場の特徴

1. インテルのアイビーブリッジ (ivy bridge) プロセッサ及びマイクロソフトの Windows 8 でさらに便利に

インテルのアイビーブリッジ及びマイクロソフトの Windows 8 の登場で、2012 年の PC 産業はいくぶん活性化された。さらに、インテルのアイビーブリッジは 22 ナノの技術に 3D Tri-gate トランジスタを採用。メディア表示性能やエネルギー消費低減面で大きな進歩が見られ、ノート PC 市場の一定のカンフル剤となった。

2. 販売チャネルの多元化で下級都市への浸透が進む

現在 PC 市場の販売チャネルは目に見えて多元化している。その特徴は主に 3C (Computer (PC)、Communication (通信)、Consumer electronics (大衆消費電子製品)) 売り場の非従来型チャネルの増加、ネットワークチャネルの急発展、4-6 級の低等級都市の需要の増大の 3 点に現れている。非従来型チャネルの販売台数 (3C 売り場、量販店、ネットワークチャネル) のシェアが伸び続け、ネットワークチャネルが急成長している。

3. ポスト家電下放時代も PC 市場は引き続き成長

家電下放政策が終了し PC 市場は「ポスト家電下放」時代に入ったが、農村や郷鎮の市場はなお大きな衰えは見せていない。依然として巨大な需要が存在している。また、联想 (レノボ) など大手ブランドが家電下放を通じて打ち立てた 4-6 級都市のチャネルやサービス体系の成熟で、郷鎮

■ 電子的または機械的な手段を問わず、本資料の一部または全部を無断で複製・転送等を行わないようお願い致します。また、当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に際してはお客様ご自身の判断にてお願い致します。

市場成長の足場が形成されている。

4. サービス形式の多元化がベンダーのサービスブランドを最適化

ネットワークサービスの反応の速さやコストの低さから、多くのベンダーが自前のネットワークサービスセンターを作るなど、多元化がイノベーションの重点となっている。一方で、ネットワークコンサルティングの利便性も、かなりの時間短縮につながることから、徐々に忙しいユーザーの評価を得ている。

以上

■ 賽迪顧問股份有限公司 (CCID) のご紹介

CCIDは、中国「工業情報化省」傘下で中国最大のコンサルティング会社です。2004年には、中国のコンサルティング会社として初めて香港証券取引所への上場を果たしました。各国の企業に対し、市場調査やマーケティング戦略・販売チャネルの構築支援など多岐にわたるサービスを提供しています。現在は北京本社のほか、上海や広州、深センに支社、日本や米国、韓国、イタリアに事務所を置いてあり、世界的に高い知名度を誇っています。

■ 中国市場調査サービス



中国市場調査レポート

中国市場の今を知る
最新マーケティングレポート

2011-2012年版中国市場調査レポートを
4月1日より販売開始。詳細はこちら↓

www.j-fep.co.jp/consul/report.html



中国市場データ配信

企業別・地域別最新データの
定期配信サービス

ご希望分野のデータを定期的にお届けする
サービスです。詳細はこちら↓

www.j-fep.co.jp/consul/data.html



中国市場受託調査

政府系コンサル企業による
ニーズ・目的に応じた調査

調査地域・分野を問わず、お客様固有の
ニーズに合わせて実施するカスタムリサー
チサービスです。詳細はこちら↓

www.j-fep.co.jp/consul/custom.html

■ 電子的または機械的な手段を問わず、本資料の一部または全部を無断で複製・転送等を行わないようお願い致します。また、当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に際してはお客様ご自身の判断にてお願い致します。