

# 2019-2025年中国平板电脑行业发展趋势预测及投资战略咨询报告

## 报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国平板电脑行业发展趋势预测及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/409806.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

平板电脑也叫便携式电脑，是一种小型、方便携带的个人电脑，以触摸屏作为基本的输入设备。它拥有的触摸屏（也称为数位板技术）允许用户通过触控笔或数字笔来进行作业而不是传统的键盘或鼠标。用户可以通过内建的手写识别、屏幕上的软键盘、语音识别或者一个真正的键盘（如果该机型配备的话）实现输入。

中国的平板电脑厂商以华为、联想为代表。2018年华为、联想平板电脑出货量分别为1,430万部和1,030万部，2017年分别为1,040万部和950万部，出货量有所上升。总体来看，中国平板电脑品牌未来有望继续提升市场份额，增强竞争优势。

2019年1-2月中国平板电脑出口数量为1326万台，同比下降4.7%。2018年1-12月中国平板电脑出口数量为10877万台，同比下降11.9%；

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一章 平板电脑行业发展综述

#### 1.1 平板电脑行业概述

##### 1.1.1 平板电脑的定义

##### 1.1.2 平板电脑的特点

##### 1.1.3 平板电脑的类型

###### （1）滑盖型平板电脑

###### （2）纯平板电脑

###### （3）商务平板电脑

###### （4）工业用平板电脑

##### 1.1.4 平板电脑的优缺点

##### 1.1.5 平板电脑产业生命周期分析

#### 1.2 平板电脑行业政策环境分析

##### 1.2.1 平板电脑行业监管体制

##### 1.2.2 平板电脑行业相关政策及规划

##### 1.2.3 平板电脑行业相关标准

#### 1.3 平板电脑行业经济环境分析

##### 1.3.1 国际宏观环境分析

- (1) 2018年国际宏观经济运行情况
- (2) 2018年国际宏观经济走势分析
- 1.3.2 国内宏观环境分析
  - (1) 2018年国内宏观经济运行情况
  - (2) 2018年国内宏观经济走势分析
- 1.3.3 行业宏观环境分析
- 1.4 平板电脑行业技术环境分析
  - 1.4.1 移动通信技术发展分析
    - (1) 技术发展现状
    - (2) 技术发展趋势
  - 1.4.2 互联网技术发展分析
    - (1) 技术发展现状
    - (2) 技术发展趋势
  - 1.4.3 多点触控技术发展分析
    - (1) 技术发展现状
    - (2) 技术发展趋势
- 1.5 报告研究单位与研究方法
  - 1.5.1 研究单位介绍
  - 1.5.2 研究方法概述

## 第二章 全球平板电脑产业发展分析

- 2.1 全球平板电脑产业发展概况
  - 2.1.1 全球平板电脑发展历程
    - (1) 初期
    - (2) 早期
    - (3) 发展期
    - (4) 现阶段
  - 2.1.2 全球平板电脑产业链生态链分析
    - (1) 上游配件供应商分析
    - (2) 品牌制造商分析
    - (3) 操作系统平台商分析
    - (4) 应用软件开发商分析
    - (5) 电信运营商分析
    - (6) 服务供应商分析
    - (7) 渠道商分析

## (8) 周边设备制造商分析

### 2.2 全球平板电脑市场重点国家和地区

#### 2.2.1 美国

- (1) 美国平板电脑市场规模分析
- (2) 美国平板电脑用途分析
- (3) 美国平板电脑市场品牌格局分析
- (4) 美国平板电脑市场发展趋势分析

#### 2.2.2 欧洲

- (1) 欧洲平板电脑市场规模分析
- (2) 欧洲平板电脑市场品牌格局分析
- (3) 欧洲平板电脑市场发展趋势分析

#### 2.2.3 日本

- (1) 日本平板电脑市场规模分析
- (2) 日本平板电脑市场品牌格局分析
- (3) 日本平板电脑市场发展趋势分析

#### 2.2.4 韩国

- (1) 韩国平板电脑市场规模分析
- (2) 韩国平板电脑市场品牌格局分析
- (3) 韩国平板电脑市场发展趋势分析

### 2.3 全球平板电脑发展趋势预测

#### 2.3.1 发展预测

- (1) 硬件终端设备山寨产品或将出现
- (2) 服务内容提供商市场运作成熟
- (3) 周边配套设备中众多新品牌涌入

#### 2.3.2 发展趋势预测

- (1) 云端服务将成为价值度最高的部分
- (2) 上游芯片商仍是行业发展关键点
- (3) 品牌制造商或将成为平板电脑解决方案供应商

## 第三章 中国平板电脑市场发展分析

### 3.1 中国平板电脑市场发展概况

#### 3.1.1 中国平板电脑发展概况

- (1) 市场关注度分析
- (2) 新品牌及新产品分析

#### 3.1.2 中国市场与国际市场差异

- (1) 中国平板电脑硬件成本低，但制造商面临挑战
- (2) 中国网络环境复杂，三种3G标准同时执行
- (3) 中国市场规模庞大，细分市场级别较多

### 3.2 中国平板电脑市场发展现状分析

平板电脑行业出货量呈现一定的下滑趋势，但整体市场用户数量仍保持增长。截至2018年末，中国市场平板电脑用户数量为3.4亿户，同比增长7.82%，预计到2022年用户数量将达到4.2亿户。

#### 3.2.1 市场规模分析

- (1) 市场格局
- (2) 技术现状
- (3) 发展趋势

#### 3.2.2 品牌结构分析

#### 3.2.3 产品结构分析

- (1) 屏幕尺寸及分辨率
- (2) 操作系统
- (3) 芯片处理器
- (4) 系统容量

#### 3.2.4 市场价格结构分析

### 3.3 中国平板电脑市场发展愿景分析

#### 3.3.1 中国平板电脑平台发展层面

- (1) 通过“云”窗口
- (2) 计算机平台的全新跨越

#### 3.3.2 中国平板电脑技术发展层面

- (1) 山寨平板电脑生存有难度
- (2) 维修质量无法保证

## 第四章 中国平板电脑产业生态链分析

### 4.1 平板电脑行业产业生态链构成分析

### 4.2 平板电脑行业配件提供商分析

#### 4.2.1 芯片类供应商

- (1) 平板电脑芯片组
- (2) 核心处理器（CPU）
- (3) 图形处理器（GPU）

#### 4.2.2 液晶面板供应商

- (1) 液晶面板

- (2) 触摸IC芯片
- 4.2.3 存储供应商
- 4.3 平板电脑行业品牌及系统软件提供商分析
  - 4.3.1 品牌制造商
  - 4.3.2 操作系统平台提供商
    - (1) 苹果iOS
    - (2) Android
    - (3) Windows
    - (4) WebOS
    - (5) MeeGo
  - 4.3.3 应用软件开发商
    - (1) Android、iOS成为开发商主战场
    - (2) 传统软件开发商加入
    - (3) 休闲游戏和基于移动互联网的客户端受宠
    - (4) 在线商店盈利模式成熟
    - (5) 软件开发商营销模式转变
    - (6) 盗版问题不利于产业发展
- 4.4 平板电脑行业合作运营商分析
  - 4.4.1 电信运营商
    - (1) 国际市场3G运营商
    - (2) 国内市场3G运营商
  - 4.4.2 服务供应商
    - (1) 应用商店提供商
    - (2) 信息提供类服务商
    - (3) 应用开发类服务商
    - (4) 移动社交服务供应商
    - (5) 云端应用类服务商
    - (6) 数字阅读内容供应商
  - 4.4.3 渠道商
    - (1) 品牌专卖店
    - (2) 差异化消费者需求新的渠道模式
  - 4.4.4 周边设备制造商
    - (1) 高利润的iPad配件
    - (2) “MFI”认证体系
    - (3) 配件产品及其分类

#### (4) 参与者与竞争格局

### 第五章 平板电脑用户应用需求调查

#### 5.1 中国平板电脑典型用户应用需求

##### 5.1.1 平板电脑用户特征

- (1) 用户基本属性分析
- (2) 用户需求共性特征
- (3) 调查结果分析

##### 5.1.2 平板电脑外观需求

- (1) 尺寸
- (2) 颜色
- (3) 外形
- (4) 调查结果分析

##### 5.1.3 平板电脑价格需求

- (1) 心理价位段
- (2) 配件价格需求分布
- (3) 软件价格需求分布
- (4) 调查结果分析

##### 5.1.4 平板电脑硬件应用需求

- (1) 处理器
- (2) 显示屏
- (3) 续航能力
- (4) 存储
- (5) 外设
- (6) 影音支持能力
- (7) 游戏支持能力
- (8) 网络支持能力
- (9) 调查结果分析

##### 5.1.5 平板电脑软件应用需求

- (1) 操作系统
- (2) 生活应用软件
- (3) 办公应用软件
- (4) 网络辅助
- (5) 调查结果分析

##### 5.1.6 平板电脑创新应用需求

- (1) 平板电脑创新应用
- (2) 调查结果分析
- 5.2 平板电脑厂商与产品评价
  - 5.2.1 主要厂商概述
    - (1) 国际厂商
    - (2) 国内厂商
  - 5.2.2 主流产品概述
  - 5.2.3 产品评价
  - 5.2.4 产品推荐
    - (1) 综合竞争力推荐产品
    - (2) 娱乐应用竞争力推荐产品
    - (3) 上午应用竞争力推荐产品
- 5.3 用户需求主导的产品建议
  - 5.3.1 硬件建议
    - (1) 注意工业设计，贴近时尚潮流
    - (2) 配置丰富接口，满足扩充需求
    - (3) 开发丰富外设，提升外设品质
    - (4) 紧抓上游供给，把握性价比优势
  - 5.3.2 软件建议
    - (1) 开发创新应用软件，增加用户使用黏性
    - (2) 开发支付功能软件，加强与第三方支付合作
  - 5.3.3 服务建议
    - (1) 加强服务体系建设，提高服务质量
    - (2) 加强服务创新，提供增值服务
  - 5.3.4 渠道建议
    - (1) 多渠道齐推进，重点建设专营店
    - (2) 关注用户细分，注重营销策略
  - 5.3.5 应用创新建议
    - (1) 避免同质竞争，重视创新应用
    - (2) 加强跨界创新，提升品牌整体形象

## 第六章 平板电脑行业领先品牌分析

- 6.1 平板电脑行业国际厂商领先品牌分析
  - 6.1.1 苹果
    - (1) 企业概况

- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业经营借鉴意义
- 6.2 平板电脑行业国内厂商领先品牌分析
- 6.2.1 宏基
  - (1) 企业概况
  - (2) 企业经营状况分析
  - (3) 企业商业模式分析

## 第七章 平板电脑行业投资分析与趋势预测

- 7.1 平板电脑行业投资分析(AK LW)
  - 7.1.1 平板电脑行业投资特性分析
    - (1) 行业进入壁垒分析
    - (2) 行业盈利模式分析
    - (3) 行业盈利因素分析
  - 7.1.2 平板电脑行业投资风险分析
    - (1) 行业政策风险
    - (2) 行业供求风险
    - (3) 市场竞争风险
    - (4) 宏观经济波动风险
    - (5) 其他风险
  - 7.1.3 平板电脑行业投资机会分析
- 7.2 平板电脑行业影响因素及竞争分析
  - 7.2.1 行业发展影响因素分析
    - (1) 有利因素
    - (2) 不利因素
  - 7.2.2 平板电脑的重要竞争市场
    - (1) MID市场
    - (2) 电子书市场
    - (3) 智能手机市场
    - (4) 笔记本电脑市场
    - (5) 上网本市场
  - 7.2.3 平板电脑行业竞争结构波特五力模型分析
    - (1) 现有竞争者之间的竞争
    - (2) 关键要素的供应商议价能力分析
    - (3) 消费者议价能力分析

- (4) 行业潜在进入者分析
- (5) 替代品风险分析
- 7.3 平板电脑行业发展趋势及前景预测
  - 7.3.1 行业发展趋势预测
    - (1) 市场格局发展趋势分析
    - (2) 产品创新发展趋势分析
    - (3) 内容需求发展趋势分析
    - (4) 市场拓展区域及渠道发展趋势分析
    - (5) 应用市场及盈利发展趋势分析
  - 7.3.2 行业发展前景预测
    - (1) 行业用户市场容量预测
    - (2) 行业市场规模预测
- 7.4 平板电脑行业投资建议
  - 7.4.1 平板电脑行业投资价值
  - 7.4.2 平板电脑行业投资建议

图表目录：

- 图表1：平板电脑与手机、笔记本电脑的优缺点对比
- 图表2：平板电脑品牌制造商原主要业务类型分布
- 图表3：用户获取平板电脑应用程序的渠道分布
- 图表4：2018年中国平板电脑市场新增品牌数
- 图表5：2018年中国平板电脑与其他PC新品增长率对比
- 图表6：2018年全球PC出货量及增长率情况
- 图表7：2018年全球平板电脑占PC产业出货量比例情况
- 图表8：2018年中国PC出货量及增长率情况
- 图表9：2018年中国平板电脑占PC产业出货量比例情况
- 图表10：2018年中国平板电脑市场品牌关注比例分布
- 图表11：2018年中国平板电脑市场不同屏幕尺寸产品数量占比分布
- 图表12：2018年中国平板电脑市场不同屏幕分辨率产品数量占比分布
- 图表13：2018年中国平板电脑市场不同操作系统产品数量占比分布
- 图表14：2018年中国平板电脑市场不同存储容量产品数量占比分布
- 图表15：2018年中国平板电脑市场不同价位段产品数量与关注度对比

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/409806.html>