

2017-2022年中国平板计算机市场深度调研与发展 前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国平板计算机市场深度调研与发展前景分析报告》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.chyxx.com/research/201704/510828.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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（英文：Tablet Personal Computer，简称Tablet PC、Flat Pc、Tablet、Slates），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。

智研咨询发布的《2017-2022年中国平板计算机市场深度调研与发展前景分析报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章 平板计算机行业发展综述 8

第一节 平板计算机行业概述 8

一、平板计算机的定义 8

二、平板计算机的特点 8

三、平板计算机的类型 8

（一）商务平板电脑 8

（二）阅读平板电脑 9

（三）娱乐平板电脑 9

（四）类平板电脑 10

四、平板计算机的优缺点 10

五、平板计算机生命周期分析 11

六、报告研究方法简介 11

第二节 平板计算机行业政策环境分析 11

一、平板计算机行业监管体制 11

二、平板计算机行业相关政策及规划 12

（一）《关于加强移动智能终端进网管理的通知》治理恶意代码 12

（二）《技术移动存储闪存盘通用规范》 12

（三）电子阅读设备相关标准 13

（四）电子信息制造业“十三五”发展规划 14

第三节 平板计算机行业经济环境分析	16
一、国际宏观环境分析	16
(一) 国际宏观经济运行情况	16
(二) 国际宏观经济走势分析	22
二、国内宏观环境分析	23
(一) 国内宏观经济运行情况	23
(二) 国内宏观经济走势分析	24
第四节 平板计算机行业技术环境分析	25
一、移动通信技术发展分析	25
(一) 技术发展现状	25
(二) 技术发展趋势	26
二、互联网技术发展分析	27
(一) 技术发展现状	27
(二) 技术发展趋势	29
三、多点触控技术发展分析	30
(一) 技术发展现状	30
(二) 技术发展趋势	31
第二章 全球平板计算机产业发展分析	32
第一节 全球平板计算机产业发展概况	32
一、全球平板计算机发展历程	32
(一) 初期	32
(二) 早期	32
(三) 发展期	33
(四) 现阶段	34
二、全球平板计算机产业链分析	35
(一) 上游配件供货商分析	35
(二) 品牌制造商分析	35
(三) 操作系统平台商分析	36
(四) 应用软件开发商分析	37
(五) 电信运营商分析	38
(六) 服务供货商分析	38
(七) 渠道商分析	40
(八) 接口设备制造商分析	40
第二节 全球平板计算机市场重点国家和地区	41
一、美国	41

- (一) 美国平板计算机市场规模分析 41
- (二) 三星成为美国顾客最满意平板电脑 41
- (三) 美国平板计算机市场品牌格局分析 42
- 二、欧洲 42
 - (一) 欧洲平板计算机市场规模分析 42
 - (二) 德国平板电脑市场发展分析 42
 - (三) 英国平板电脑市场发展分析 43
- 三、日本 43
 - (一) 日本平板计算机市场规模分析 43
 - (二) 日本平板计算机用户满意度 44
 - (三) 日本平板计算机新产品分析 45
- 四、韩国 45
 - (一) 韩国平板计算机市场规模分析 45
 - (二) 韩国平板计算机竞争格局分析 46
 - (三) 韩国平板计算机购买使用特点 46
- 第三节 全球平板计算机发展趋势预测 46
 - 一、云端服务将成为价值度最高的部分 46
 - 二、上游芯片商仍是行业发展关键点 47
 - 三、品牌制造商或将成为平板计算机解决方案供货商 47
- 第三章 中国平板计算机市场发展分析 48
 - 第一节 中国平板计算机市场发展概况 48
 - 一、中国平板计算机发展概况 48
 - (一) 市场关注度分析 48
 - (二) 新品牌及新产品分析 48
 - 二、中国市场与国际市场差异 49
 - (一) 中国平板计算机硬件成本低，但制造商面临挑战 49
 - (二) 中国网络环境复杂，三种3G标准同时执行 50
 - (三) 中国市场规模庞大，细分市场级别较多 50
 - 第二节 中国平板计算机市场发展现状分析 50
 - 一、市场规模分析 50
 - 二、品牌结构分析 51
 - 三、产品结构分析 53
 - (一) 屏幕尺寸及分辨率 53
 - (二) 操作系统 55
 - (三) 芯片处理器 57

- (四) 系统容量 58
- 四、市场价格结构分析 58
- 第三节 平板电脑市场总结 61
 - 一、幸福的消费者 61
 - 二、中国平板电脑增长比预期快 61
 - 三、全球平板电脑增长比预期快 62
 - 四、苹果地位被挑战三星迎头赶上 62
 - 五、小尺寸平板电脑受欢迎 62
- 第四章 中国平板计算机产业链生态链分析 63
- 第一节 平板计算机行业产业链生态链构成分析 63
- 第二节 平板计算机行业配件提供商分析 63
 - 一、芯片类供货商 63
 - (一) 平板计算机芯片组 63
 - (二) 核心处理器 (CPU) 64
 - (三) 图形处理器 (GPU) 64
 - 二、液晶面板供货商 65
 - (一) 液晶面板 65
 - (二) 触摸IC芯片 66
 - 三、存储供货商 66
- 第三节 平板计算机行业品牌及系统软件提供商分析 67
 - 一、品牌制造商 67
 - 二、操作系统平台提供商 68
 - (一) 苹果iOS 68
 - (二) Android 69
 - (三) Windows 69
 - (四) WebOS 70
 - (五) MeeGo 70
 - 三、应用软件开发商 71
 - (一) Android、iOS成为开发商主战场 71
 - (二) 传统软件开发商加入 72
 - (三) 休闲游戏和基于移动互联网的客户端受宠 72
 - (四) 在线商店盈利模式成熟 74
 - (五) 软件开发商营销模式转变 74
 - (六) 盗版问题不利于产业发展 74
- 第四节 平板计算机行业合作运营商分析 74

一、电信运营商 74

(一) 国际市场3G运营商 74

(二) 国内市场3G运营商 76

二、服务供货商 78

(一) 应用商店提供商 78

(二) 信息提供类服务商 79

(三) 应用开发类服务商 79

(四) 移动社交服务供货商 80

(五) 云端应用类服务商 80

(六) 数字阅读内容供货商 81

三、渠道商 81

(一) 品牌专卖店 81

(二) 差异化消费者需求新的渠道模式 82

四、接口设备制造商 82

(一) 高利润的iPad配件 82

(二) “MFI”认证体系 83

(三) 配件产品及其分类 83

(四) 参与者与竞争格局 83

第五章 平板计算机用户应用需求调查 84

第一节 中国平板计算机典型用户应用需求 84

一、平板计算机用户特征 84

(一) 用户基本属性分析 84

(二) 用户需求共性特征 85

(三) 调查结果分析 87

二、平板计算机外观需求 87

(一) 尺寸 87

(二) 颜色 88

(三) 外形 88

(四) 调查结果分析 89

三、平板计算机价格需求 89

(一) 心理价位段 89

(二) 配件价格需求分布 90

(三) 软件价格需求分布 90

(四) 调查结果分析 91

四、平板计算机硬件应用需求 91

- (一) 处理器 91
 - (二) 显示屏 92
 - (三) 续航能力 93
 - (四) 存储 94
 - (五) 外设 94
 - (六) 影音支持能力 95
 - (七) 游戏支持能力 96
 - (八) 网络支持能力 96
 - (九) 调查结果分析 97
- 五、平板计算机软件应用需求 98
- (一) 操作系统 98
 - (二) 生活应用软件 99
 - (三) 办公应用软件 99
 - (四) 网络辅助 100
 - (五) 调查结果分析 100
- 六、平板计算机创新应用需求 101
- (一) 平板计算机创新应用 101
 - (二) 调查结果分析 101
- 第二节 中国平板计算机用户行为分析 102
- 一、用户使用时间特点 102
 - 二、用户跨屏融合特点 103
 - 三、用户首选上网活动 104
 - 四、用户广告关注情况 104
 - 五、用户广告认知行为 105
- 第三节 用户需求主导的产品建议 107
- 一、硬件建议 107
 - (一) 注意工业设计，贴近时尚潮流 107
 - (二) 配置丰富接口，满足扩充需求 107
 - (三) 开发丰富外设，提升外设质量 107
 - (四) 紧抓上游供给，把握性价比优势 107
 - 二、软件建议 108
 - (一) 开发创新应用软件，增加用户使用黏性 108
 - (二) 开发支付功能软件，加强与第三方支付合作 108
 - 三、服务建议 108
 - (一) 加强服务体系建设，提高服务质量 108

- (二) 加强服务创新，提供增值服务 109
- 四、渠道建议 109
 - (一) 多渠道齐推进，重点建设专营店 109
 - (二) 关注用户细分，注重营销策略 109
- 五、应用创新建议 109
 - (一) 避免同质竞争，重视创新应用 109
 - (二) 加强跨界创新，提升品牌整体形象 110
- 第六章 平板计算机行业领先品牌分析 111
- 第一节 平板计算机行业国际厂商领先品牌分析 111
- 一、苹果 111
 - (一) 企业基本情况概述 111
 - (二) 企业产品业务分析 111
 - (三) 平板电脑市场定位 113
 - (四) 平板电脑定价方式 113
 - (五) 平板电脑营销策略 113
 - (六) 平板电脑分销渠道 113
 - (七) 企业服务策略分析 114
- 二、三星 114
 - (一) 企业基本情况概述 114
 - (二) 企业产品业务分析 114
 - (三) 平板电脑市场定位 116
 - (四) 平板电脑定价方式 116
 - (五) 平板电脑营销策略 116
 - (六) 平板电脑分销渠道 116
 - (七) 企业服务策略分析 117
- 第二节 平板计算机行业国内厂商领先品牌分析 117
- 一、联想 117
 - (一) 企业基本情况概述 117
 - (二) 企业产品业务分析 118
 - (三) 平板电脑市场定位 118
 - (四) 平板电脑定价方式 118
 - (五) 平板电脑营销策略 118
 - (六) 平板电脑分销渠道 119
 - (七) 企业服务策略分析 119
- 二、华硕 119

- (一) 企业基本情况概述 119
- (二) 平板电脑产品分析 120
- (三) 平板电脑市场定位 120
- (四) 平板电脑定价方式 120
- (五) 平板电脑营销策略 121
- (六) 平板电脑分销渠道 121
- (七) 企业服务策略分析 121
- 三、E人E本 121
 - (一) 企业基本情况概述 121
 - (二) 企业产品业务分析 122
 - (三) 平板电脑市场定位 122
 - (四) 平板电脑定价方式 122
 - (五) 平板电脑营销策略 123
 - (六) 平板电脑分销渠道 123
 - (七) 企业服务策略分析 123
- 第七章 平板计算机行业投资分析与趋势预测 124
 - 第一节 平板计算机行业投资分析 124
 - 一、平板计算机行业投资特性分析 124
 - (一) 行业进入壁垒分析 124
 - (二) 行业盈利模式分析 125
 - (三) 行业盈利影响因素 126
 - 二、平板计算机行业投资风险分析 126
 - (一) 政策风险分析 126
 - (二) 技术风险分析 126
 - (三) 市场竞争风险 127
 - (四) 宏观经济风险 127
 - (五) 产品价格风险 128
 - 三、平板计算机行业投资机会分析 128
 - 第二节 平板计算机行业影响因素及竞争分析 129
 - 一、平板计算机的重要竞争市场 129
 - (一) MID市场 129
 - (二) 电子书市场 130
 - (三) 智能手机市场 130
 - (四) 笔记本计算机市场 133
 - (五) 上网本市场 135

二、平板计算机行业竞争结构波特五力模型分析 135

- (一) 现有竞争者之间的竞争 135
- (二) 供货商议价能力分析 136
- (三) 消费者议价能力分析 136
- (四) 行业潜在进入者分析 137
- (五) 替代品风险分析 137

第三节 平板计算机行业发展趋势及前景预测 138

一、行业发展趋势预测 138

- (一) 市场竞争格局趋势分析 138
- (二) 主要部件需求与技术趋势 139
- (三) 与智能手机融合趋势分析 141
- (四) 市场拓展区域及渠道发展趋势分析 142
- (五) 平板电脑云端应用趋势 143

二、行业发展前景预测 143

第四节 平板计算机行业投资建议 144

一、平板计算机行业投资价值 144

二、平板计算机行业投资建议 146

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 13

图表 2 七国集团GDP增长率统计 20

图表 3 七国集团GDP各季度增长率统计 20

图表 4 金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率统计 20

图表 5 金砖国家及部分亚洲经济体各季度GDP同比增长率统计 21

图表 6 全球及主要经济体制造业PMI 23

图表 7 全球及主要经济体服务业PMI 23

图表 8 全球及主要经济体制造业PMI新订单指数 24

图表 9 全球及主要经济体制造业PMI出口新订单指数 24

图表 10 中国国内生产总值及增长变化趋势图 27

图表 11 国内生产总值构成及增长速度统计 27

图表 12 中国宏观经济关键指标预测表 28

图表 13 各种触控面板技术比较 34

图表 14 平板电脑品牌制造商涉及行业类型分布 39

图表 15 用户获取平板电脑应用程序的渠道分布 40

图表 16 日本用户平板电脑满意度综合排名 47

图表 17 韩国平板计算机主要品牌市场份额 49

- 图表 18 三大平板电脑厂商品牌关注比例走势 51
 - 图表 19 谷歌Nexus 7二代和亚马逊HDX 7产品参数对比 52
 - 图表 20 中国平板电脑出货量变化趋势图 54
 - 图表 21 中国平板电脑市场品牌关注比例分布 54
 - 图表 22 中国平板电脑市场品牌关注排名对比 55
 - 图表 23 各季度中国平板电脑市场品牌关注排名对比 56
 - 图表 24 中国平板电脑产品屏幕尺寸关注比例分布 57
 - 图表 25 各季度中国平板电脑产品屏幕尺寸关注比例走势 57
 - 图表 26 主流平板屏幕参数对比 58
 - 图表 27 中国平板电脑市场不同系统产品分布 59
 - 图表 28 中国平板电脑产品操作系统关注比例分布 59
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201704/510828.html>