

# 2014-2020年中国平板电脑 行业监测与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2014-2020年中国平板电脑行业监测与投资前景研究报告》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.cction.com/report/201410/112725.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2013年，全球PC出货量同比下降10%，创下有史以来最大跌幅。截止到2013年第四季度，全球PC市场已经持续7个季度下滑。其中，平板电脑增势喜人，但还是出现明显放缓迹象。2013年全球平板电脑的出货量同比增长50.6%，但第四季度增速（28.2%）远低于去年同期（87.1%）增速水平；受智能手机和廉价平板电脑等“超移动设备”快速增长的影响，传统PC出货的下滑将持续，这反映出用户习惯的长期变化。

据国内零售市场监测数据显示，2013年，我国台式机销量同比下滑超过10%；笔记本电脑销量保持两位数增长；平板电脑销量增速超过45%。2013年我国平板电脑行业销售市场规模达到1718万台。

虽然从数量上看非常乐观，但是业界也认为存在着很多的问题。目前国产平板电脑的销售以出口为主，面对的主要是海外礼品市场，容易受到海外市场的影响。而且在用户体验上，与苹果、亚马逊等国际一线平板厂商的产品尚存在较大差距。

受平板电脑发展前景的吸引，不论跨国还是本土企业，都在加快平板电脑的市场布局。各大PC厂商、手机厂商、芯片厂商、家电厂商、数码厂商等纷纷开始涉足这一新兴市场，相继推出自己的平板电脑产品。据不完全统计，中国市场上已出现约多个品牌的平板电脑。群雄割据的局面使得市场竞争日益白热化。

在平板电脑的市场销售中，用户需求决定了产品的发展方向。因此，结合用户需求来看，在硬件方面，时尚元素的注入是发展方向；在软件方面，应用软件的创新是挣脱同质化竞争的突破口；而在产品应用方面，商务性的产品终将超过娱乐性的产品成为未来发展的主流。

中企顾问网发布的《2014-2020年中国平板电脑行业监测与投资前景研究报告》共七章。首先介绍了中国平板电脑行业的概念，接着分析了中国平板电脑行业发展环境，然后对中国平板电脑行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国平板电脑行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国平板电脑行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究咨询报告由北京共研咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国人民银行、中国上市公司资讯、国内外相关刊物的基础信息以及\*\*专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前世界金融危机整体发展局势，对我国\*\*行业的生产发展状况、市场情况、消费变化、重点企业以及市场发展机会进行了详细的分析，并对\*\*行业市场品牌及市场销售渠道等着重进行了调查和研究。

报告目录

## 第一章 平板电脑行业发展综述

### 第一节 平板电脑行业概述

#### 一、平板电脑的定义

#### 二、平板电脑的特点

#### 三、平板电脑的类型

##### （一）滑盖型平板电脑

##### （二）纯平板电脑

##### （三）商务平板电脑

##### （四）工业用平板电脑

#### 四、平板电脑的优缺点

#### 五、平板电脑产业生命周期分析

### 第二节 平板电脑行业政策环境分析

#### 一、平板电脑行业监管体制

#### 二、平板电脑行业相关政策及规划

#### 三、平板电脑行业相关标准

### 第三节 平板电脑行业经济环境分析

#### 一、国际宏观环境分析

##### （一）2012年国际宏观经济运行情况

##### （二）2014-2020年国际宏观经济走势分析

#### 二、国内宏观环境分析

##### （一）GDP历史变动轨迹分析

##### （二）固定资产投资历史变动轨迹分析

##### （三）2012年中国宏观经济发展预测分析

### 第四节 平板电脑行业技术环境分析

#### 一、移动通信技术发展分析

##### （一）技术发展现状

##### （二）技术发展趋势

#### 二、互联网技术发展分析

##### （一）技术发展现状

##### （二）技术发展趋势

#### 三、多点触控技术发展分析

##### （一）技术发展现状

## （二）技术发展趋势

## 第二章 全球平板电脑产业发展分析

### 第一节 全球平板电脑产业发展概况

#### 一、全球平板电脑发展历程

##### （一）初期

##### （二）早期

##### （三）发展期

##### （四）现阶段

#### 二、全球平板电脑市场链分析

##### （一）2011年全球平板电脑出货量

##### （二）2012年全球平板电脑出货量

##### （三）2012年全球平板电脑市场份额

### 第二节 全球平板电脑市场重点国家和地区

#### 一、美国

#### 二、欧洲

#### 三、日本

#### 四、韩国

### 第三节 全球平板电脑发展趋势预测

#### 一、2012年发展趋势预测

##### （一）2012年平板电脑销量预测

##### （二）微软推自主品牌平板电脑势在必行

##### （三）电容式触摸实现新一代平板电脑运算

#### 二、2014-2020年发展趋势预测

##### （一）云端服务将成为价值度最高的部分

##### （二）上游芯片商仍是行业发展关键点

##### （三）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

### 第一节 中国平板电脑市场发展概况

#### 一、2012年中国平板电脑发展概况

##### （一）市场关注度分析

##### （二）新品牌及新产品分析

#### 二、中国市场与国际市场差异

- (一) 苹果雄霸中国平板电脑市场
- (二) 2012年中国白牌平板电脑出货量
- (三) 中国市场规模庞大，细分市场级别较多

## 第二节 2012年中国平板电脑市场发展现状分析

### 一、市场规模分析

- (一) 市场格局
- (二) 技术现状
- (三) 发展趋势

### 二、品牌结构分析

### 三、产品结构分析

- (一) 屏幕尺寸及分辨率
- (二) 操作系统
- (三) 芯片处理器
- (四) 系统容量

### 四、市场价格结构分析

## 第三节 中国平板电脑市场发展愿景分析

### 一、中国平板电脑平台发展层面

- (一) 通过“云”窗口
- (二) 计算机平台的全新跨越

### 二、中国平板电脑技术发展层面

- (一) 山寨平板电脑生存有难度
- (二) 维修质量无法保证

## 第四章 中国平板电脑产业链生态链分析

### 第一节 平板电脑行业产业链生态链构成分析

### 第二节 平板电脑行业配件提供商分析

#### 一、芯片类供应商

- (一) 平板电脑芯片组
- (二) 核心处理器 (CPU)
- (三) 图形处理器 (GPU)

#### 二、液晶面板供应商

- (一) 液晶面板
- (二) 触摸IC芯片

### 三、存储供应商

#### 第三节 平板电脑行业品牌及系统软件提供商分析

##### 一、品牌制造商

##### 二、操作系统平台提供商

(一) 苹果iOS

(二) Android

(三) Windows

(四) WebOS

(五) MeeGo

##### 三、应用软件开发商

(一) Android、iOS成为开发商主战场

(二) 传统软件开发商加入

(三) 休闲游戏和基于移动互联网的客户端受宠

(四) 在线商店盈利模式成熟

(五) 软件开发商营销模式转变

(六) 盗版问题不利于产业发展

#### 第四节 平板电脑行业合作运营商分析

##### 一、电信运营商

(一) 国际市场3G运营商

(二) 国内市场3G运营商

##### 二、服务供应商

(一) 应用商店提供商

(二) 信息提供类服务商

(三) 应用开发类服务商

(四) 移动社交服务供应商

(五) 云端应用类服务商

(六) 数字阅读内容供应商

##### 三、渠道商

(一) 品牌专卖店

(二) 差异化消费者需求新的渠道模式

##### 四、周边设备制造商

(一) 高利润的iPad配件

(二) “MFI”认证体系

(三) 配件产品及其分类

(四) 参与者与竞争格局

## 第五章 平板电脑用户应用需求调查

### 第一节 中国平板电脑典型用户应用需求

#### 一、平板电脑用户特征

(一) 用户基本属性分析

(二) 用户需求共性特征

(三) 调查结果分析

#### 二、平板电脑外观需求

(一) 尺寸

(二) 颜色

(三) 外形

(四) 调查结果分析

#### 三、平板电脑价格需求

(一) 心理价位段

(二) 配件价格需求分布

(三) 软件价格需求分布

(四) 调查结果分析

#### 四、平板电脑硬件应用需求

(一) 处理器

(二) 显示屏

(三) 续航能力

(四) 存储

(五) 外设

(六) 影音支持能力

(七) 游戏支持能力

(八) 网络支持能力

(九) 调查结果分析

#### 五、平板电脑软件应用需求

(一) 操作系统

(二) 生活应用软件



(三) 办公应用软件

(四) 网络辅助

(五) 调查结果分析

## 六、平板电脑创新应用需求

(一) 平板电脑创新应用

(二) 调查结果分析

## 第二节 平板电脑厂商与产品评价

### 一、主要厂商概述

(一) 国际厂商

(二) 国内厂商

### 二、主流产品概述

### 三、产品评价

### 四、产品推荐

## 第三节 用户需求主导的产品建议

### 一、硬件建议

(一) 注意工业设计，贴近时尚潮流

(二) 配置丰富接口，满足扩充需求

(三) 开发丰富外设，提升外设品质

(四) 紧抓上游供给，把握性价比优势

### 二、软件建议

(一) 开发创新应用软件，增加用户使用黏性

(二) 开发支付功能软件，加强与第三方支付合作

### 三、服务建议

(一) 加强服务体系建设，提高服务质量

(二) 加强服务创新，提供增值服务

### 四、渠道建议

(一) 多渠道齐推进，重点建设专营店

(二) 关注用户细分，注重营销策略

### 五、应用创新建议

(一) 避免同质竞争，重视创新应用

(二) 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

## 第一节 苹果

## 第二节 三星

## 第三节 宏基

## 第四节 联想

## 第七章 2012-2012年平板电脑行业投资分析与趋势预测

### 第一节 平板电脑行业投资分析

#### 一、平板电脑行业投资特性分析

##### (一) 行业进入壁垒分析

##### (二) 行业盈利模式分析

##### (三) 行业盈利因素分析

#### 二、平板电脑行业投资风险分析

##### (一) 行业政策风险

##### (二) 行业供求风险

##### (三) 市场竞争风险

##### (四) 宏观经济波动风险

##### (五) 其他风险

#### 三、平板电脑行业投资机会分析

### 第二节 平板电脑行业影响因素及竞争分析

#### 一、行业发展影响因素分析

##### (一) 有利因素

##### (二) 不利因素

#### 二、平板电脑的重要竞争市场

##### (一) MID市场

##### (二) 电子书市场

##### (三) 智能手机市场

##### (四) 笔记本电脑市场

##### (五) 上网本市场

#### 三、平板电脑行业竞争结构波特五力模型分析

##### (一) 现有竞争者之间的竞争

##### (二) 关键要素的供应商议价能力分析

##### (三) 消费者议价能力分析

##### (四) 行业潜在进入者分析

## （五）替代品风险分析

### 第三节 平板电脑行业发展趋势及前景预测

#### 一、行业发展趋势预测

##### （一）市场格局发展趋势分析

##### （二）产品创新发展趋势分析

##### （三）内容需求发展趋势分析

##### （四）市场拓展区域及渠道发展趋势分析

##### （五）应用市场及盈利发展趋势分析

#### 二、行业发展前景预测

##### （一）行业用户市场容量预测

##### （二）行业市场规模预测

### 第四节 平板电脑行业投资建议

#### 一、平板电脑行业投资价值

#### 二、平板电脑行业投资建议

#### 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201410/112725.html>