

中国平板电脑行业发展现状研究与投资前景预测报告（2022-2029年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国平板电脑行业发展现状研究与投资前景预测报告（2022-2029年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202206/600279.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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实现输入。

市场现状

1、发展历程

20世纪60年代美国科学家艾伦·凯首次提出平板电脑概念，但由于缺乏技术，该产品未应用于消费领域。此后平板电脑行业缓慢发展，2001年平板电脑概念被比尔·盖茨再次提出，这使得消失许久的“平板电脑”重回大众视线，在此期间平板电脑产品存在不佳的用户体验。直至2010年苹果推出iPad产品，才使平板电脑真正成为市场的消费品，平板电脑行业迎来全新时代。

平板电脑行业发展历程

资料来源:公开资料整理

2、市场规模

当前移动互联网高速发展，人民生活智能化水平逐步提高，智能设备成为不可或缺的工具；其中平板电脑兼顾手机便携性及电脑的大屏性，并具备与手机、电脑互联功能。当平板与手机互联时能将手机屏幕投屏至平板，进行内容共享和文件拖拽；此外平板与电脑还能相互投屏，平板投屏可享受大屏视觉盛宴，电脑投屏拓展“分屏”，因此平板电脑颇受大众青睐。

平板电脑设备互联功能

资料来源:观研天下整理

一方面从我国平板电脑出货量来看，2017-2018年平板电脑市场受需求端消费淡季负面影响，2018年平板电脑出货量同比减少0.3%，下滑到22.2百万台。2019年国内平板电脑市场恢复上行态势，出货量连年上升，尤其是2021年出货量创新高为28.5百万台，增速加速达到21.8%；2022年第一季度我国平板电脑出货量延续增长态势，较同期增长8.0%，为7.0百万台。

近年疫情因素明显刺激了国内平板电脑需求市场的增长，线上办公、居家学习、宅家经济等场景增加；但我国平板电脑普及程度较低，具体表现在国内家庭整体平均平板电脑保有量不足1台，显著低于北美的3台左右。伴随着低线城市平板设备保有量的不断提升，未来我国平板电脑行业存在不容小觑的增量市场。

数据来源:IDC、观研天下整理

就我国平板电脑出货量占全球总量比例而言，2017-2022年Q1国内平板电脑出货量占比整体呈增长趋势。其中2020年由于美国对华为的制裁以及芯片短缺，国内平板电脑出货量占比跌落到14.02%；不过2021年国内其他平板厂商奋起直追，平板出货量占比恢复提升至16.67%；2022年第一季度在全球平板电脑出货量下降环境下，我国平板市场仍保持强劲增长态势，出货量占比再次上升为17.95%。

数据来源:IDC、观研天下整理

在平板电脑市场需求方面，可以看出消费市场长期主导地位稳固。平板消费市场占比逐年稳步提升，从2017年的75.7%增至2021年的84.0%；反观2021年商用市场占比降到16.0%。

数据来源:IDC、观研天下整理

3、规模展望

我国平板电脑厂商经过多年努力终使国产品牌百花齐放，现今市场上各品牌平板电脑五花八门，平板市场也由最初的苹果无可匹敌逐渐演变成多寡之争局面。根据数据显示，2022年第一季度我国大陆共出货平板电脑469.1万台，毋庸置疑苹果iPad市占率26%仍居首位，但出货量比同期暴跌29%，市场份额同比下降5%。除了自身iPad产能缩减、生命周期长外，国内产商崛起尤其是小米重回平板市场加剧了同类竞品的市场竞争。华为、小米、荣耀的市场占有率较2021年Q1均有不同程度的增长，市场份额分别增长1%、13%、1%；未来国产平板以高性价比和高性能进行有效竞争，将在平板市场中占据更多市场份额，平板市场格局必会发生重大变化。

2021-2022年Q1中国大陆平板电脑业务情况

品牌

2022Q1出货量（万台）

市占率

2021Q1出货量（万台）

市占率

同比增速

苹果

120

26%

168.2

31%

-29%

华为

92.6

20%

103.7

19%

-11%

小米

60

13%

/

0%

/

荣耀

42.1

9%

41.4

8%

2%

联想

32

7%

38.5

7%

-17%

其他

122.3

26%

187.5

35%

-35%

总计

469.1

100%

539.3

100%

-13%

数据来源：Canalys、观研天下整理

平板电脑火热的增量空间，吸引了国内手机厂商新玩家争相驻足。2022年开年来除了华为、联想、小米等老玩家加速平板电脑产品更新迭代外，新玩家OPPO、vivo、realme在平板电脑赛道表现也十分活跃。这三家手机品牌在4、5月份均推出了物美价廉的千元级平板电脑产品，直观表明平板电脑市场竞争日趋白热化；在平板电脑各厂商新品放量催化下，平板市场供给更为顺畅。

2022年主流厂商部分平板电脑新品

公司

产品

起售价格（元）

发布时间

OPPO

OPPO Pad Air

1299

05/23

vivo

vivo Pad

2499

04/11

realme

Realme 真我平板X

1299

05/26

华为

华为 MatePad SE

1499

04/28

联想

联想小新 Pad 2022

999

05/23

资料来源：公开资料整理（PY）

随着消费者对平板电脑需求越来越高，平板电脑细分产品、使用场景呈多元化发展趋势，主要场景为亲子教育、自驱学习、职场办公、休闲娱乐，不同使用场景应对不同平板设备。其中随着双减政策的完全落地，亲子教育场景中的学生平板电脑具有长期发展空间。另外为经营多场景产品，平板电脑厂商将不断优化产品软件和系统，以及积累技术，让平板电脑发挥

更大价值。

平板电脑使用场景多元化

资料来源:观研天下整理

观研报告网发布的《中国平板电脑行业发展现状研究与投资前景预测报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国平板电脑行业发展概述

第一节 平板电脑行业发展情况概述

一、平板电脑行业相关定义

二、平板电脑特点分析

三、平板电脑行业基本情况介绍

四、平板电脑行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、平板电脑行业需求主体分析

第二节中国平板电脑行业生命周期分析

一、平板电脑行业生命周期理论概述

二、平板电脑行业所属的生命周期分析

第三节平板电脑行业经济指标分析

一、平板电脑行业的赢利性分析

二、平板电脑行业的经济周期分析

三、平板电脑行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球平板电脑行业市场发展现状分析

第一节全球平板电脑行业发展历程回顾

第二节全球平板电脑行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲平板电脑行业地区市场分析

一、亚洲平板电脑行业市场现状分析

二、亚洲平板电脑行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲平板电脑行业市场前景分析

第四节北美平板电脑行业地区市场分析

一、北美平板电脑行业市场现状分析

二、北美平板电脑行业市场规模与市场需求分析

三、北美平板电脑行业市场前景分析

第五节欧洲平板电脑行业地区市场分析

一、欧洲平板电脑行业市场现状分析

二、欧洲平板电脑行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲平板电脑行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界平板电脑行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球平板电脑行业市场规模预测

第三章 中国平板电脑行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对平板电脑行业的影响分析

第三节中国平板电脑行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对平板电脑行业的影响分析

第五节中国平板电脑行业产业社会环境分析

第四章 中国平板电脑行业运行情况

第一节中国平板电脑行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国平板电脑行业市场规模分析

一、影响中国平板电脑行业市场规模的因素

二、中国平板电脑行业市场规模

三、中国平板电脑行业市场规模解析

第三节中国平板电脑行业供应情况分析

一、中国平板电脑行业供应规模

二、中国平板电脑行业供应特点

第四节中国平板电脑行业需求情况分析

一、中国平板电脑行业需求规模

二、中国平板电脑行业需求特点

第五节中国平板电脑行业供需平衡分析

第五章 中国平板电脑行业产业链和细分市场分析

第一节中国平板电脑行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、平板电脑行业产业链图解

第二节中国平板电脑行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对平板电脑行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对平板电脑行业的影响分析

第三节我国平板电脑行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国平板电脑行业市场竞争分析

第一节中国平板电脑行业竞争现状分析

一、中国平板电脑行业竞争格局分析

二、中国平板电脑行业主要品牌分析

第二节中国平板电脑行业集中度分析

一、中国平板电脑行业市场集中度影响因素分析

二、中国平板电脑行业市场集中度分析

第三节中国平板电脑行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国平板电脑行业模型分析

第一节中国平板电脑行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国平板电脑行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国平板电脑行业SWOT分析结论

第三节中国平板电脑行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国平板电脑行业需求特点与动态分析

第一节中国平板电脑行业市场动态情况

第二节中国平板电脑行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节平板电脑行业成本结构分析

第四节平板电脑行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国平板电脑行业价格现状分析

第六节中国平板电脑行业平均价格走势预测

- 一、中国平板电脑行业平均价格趋势分析
- 二、中国平板电脑行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国平板电脑行业所属行业运行数据监测

第一节中国平板电脑行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节中国平板电脑行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节中国平板电脑行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国平板电脑行业区域市场现状分析

第一节 中国平板电脑行业区域市场规模分析

- 一、影响平板电脑行业区域市场分布的因素
- 二、中国平板电脑行业区域市场分布

第二节 中国华东地区平板电脑行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区平板电脑行业市场分析
 - (1) 华东地区平板电脑行业市场规模
 - (2) 华南地区平板电脑行业市场现状
 - (3) 华东地区平板电脑行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区平板电脑行业市场分析
 - (1) 华中地区平板电脑行业市场规模
 - (2) 华中地区平板电脑行业市场现状
 - (3) 华中地区平板电脑行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区平板电脑行业市场分析
 - (1) 华南地区平板电脑行业市场规模
 - (2) 华南地区平板电脑行业市场现状
 - (3) 华南地区平板电脑行业市场规模预测

第五节 华北地区平板电脑行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区平板电脑行业市场分析
 - (1) 华北地区平板电脑行业市场规模

(2) 华北地区平板电脑行业市场现状

(3) 华北地区平板电脑行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区平板电脑行业市场分析

(1) 东北地区平板电脑行业市场规模

(2) 东北地区平板电脑行业市场现状

(3) 东北地区平板电脑行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区平板电脑行业市场分析

(1) 西南地区平板电脑行业市场规模

(2) 西南地区平板电脑行业市场现状

(3) 西南地区平板电脑行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区平板电脑行业市场分析

(1) 西北地区平板电脑行业市场规模

(2) 西北地区平板电脑行业市场现状

(3) 西北地区平板电脑行业市场规模预测

第十一章 平板电脑行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国平板电脑行业发展前景分析与预测

第一节 中国平板电脑行业未来发展前景分析

- 一、平板电脑行业国内投资环境分析
- 二、中国平板电脑行业市场机会分析
- 三、中国平板电脑行业投资增速预测

第二节 中国平板电脑行业未来发展趋势预测

第三节 中国平板电脑行业规模发展预测

- 一、中国平板电脑行业市场规模预测

二、中国平板电脑行业市场规模增速预测

三、中国平板电脑行业产值规模预测

四、中国平板电脑行业产值增速预测

五、中国平板电脑行业供需情况预测

第四节中国平板电脑行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国平板电脑行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国平板电脑行业进入壁垒分析

一、平板电脑行业资金壁垒分析

二、平板电脑行业技术壁垒分析

三、平板电脑行业人才壁垒分析

四、平板电脑行业品牌壁垒分析

五、平板电脑行业其他壁垒分析

第二节平板电脑行业风险分析

一、平板电脑行业宏观环境风险

二、平板电脑行业技术风险

三、平板电脑行业竞争风险

四、平板电脑行业其他风险

第三节中国平板电脑行业存在的问题

第四节中国平板电脑行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国平板电脑行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国平板电脑行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国平板电脑行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节平板电脑行业营销策略分析

一、平板电脑行业产品策略

二、平板电脑行业定价策略

三、平板电脑行业渠道策略

四、平板电脑行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202206/600279.html>