

2018年中国触摸屏市场分析报告- 行业深度调研与发展趋势研究

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《2018年中国触摸屏市场分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》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://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/319439319439.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

触摸屏（touch screen）又称为“触控屏”、“触控面板”，是一种可接收触头等输入讯号的感应式液晶显示装置，当接触了屏幕上的图形按钮时，屏幕上的触觉反馈系统可根据预先编程的程式驱动各种连结装置，可用以取代机械式的按钮面板，并借由液晶显示画面制造出生动的影音效果。触摸屏作为一种最新的电脑输入设备，它是目前最简单、方便、自然的一种人机交互方式。它赋予了多媒体以崭新的面貌，是极富吸引力的全新多媒体交互设备。主要应用于公共信息的查询、领导办公、工业控制、军事指挥、电子游戏、点歌点菜、多媒体教学、房地产预售等。

高端ITO导电膜缺货危机，中高端机型转向in/on-cell内嵌式触控方案

苹果在OLED新机iPhoneX上，重新回到了外挂式电容触摸屏方案，采用了与iPad一致的GF2外挂式电容屏，由于其产品的规模与良率影响，最直接的结果就是导致来自日本的高端ITO导电膜缺货。

2016年，国产品牌约有1亿部中高端手机采用了in/on-cell内嵌式触控方案，来抢夺苹果与三星的中高机型市场份额。虽然里面有大部分的机型是采用低端芯片的on-cell内嵌式触控方案，多数in-cell内嵌式触控方案也是上下玻璃感应器的混和式驱动方案，少部分采用的是台湾和大陆面板厂的TDDI in-cell内嵌式触控方案，但凭借in/on-cell内嵌式触控方案的优秀体验，和一些软件上的本土化优势，还是让国产品牌快速倾蚀了三星中高端机型的市场份额。

而2017年初的高端ITO导电膜缺货，则直接拉高了国产品牌采购TDDI in-cell内嵌式触控方案产品的放量速度，让台湾和大陆面板厂的TDDI in-cell内嵌式触控在出货规模上得到了较好的突破。2017年，国产品牌在中高端机型上采购高性能TDDI触控芯片的in/on-cell内嵌式触控产品数量也突破亿部大关，加上混和式in-cell内嵌式触控产品和升级优化后的低端芯片on-cell内嵌式触控方案产品，2017年国产品牌采用了in/on-cell内嵌式触控方案的中高端智能手机产品总数也超过了2.5亿部，上攀到快3亿部的规模。受到in/on-cell内嵌式触控方案产品冲击，中国的触摸屏厂商出货结构也出现了大幅调整。

首先，一线厂商继续提升超薄GFF电容触摸屏的性能，积极开发国产超薄ITO导电膜材料替代进口，来保住现有客户的采购规模不要出现大幅度下滑。在2月9日，日久光电(OC835229)发布公告称，为加速产业布局，进一步提高主营业务的市场占有率，公司以3.2元/股发行1700万股股票，成功募集资金5440万元。

同时，有自制ITO导电膜能力的欧菲科技(SZ:002456)等企业，也在上游超薄基材供应商的配合下，调升了超薄ITO导电膜的产能。欧菲科技在12月的投资者互动平台上表示，基本上已经解决了高端超薄ITO导电膜缺货问题。

官方售后市场爆发，二、三线触摸屏厂商出货结构悄然改变

另外二、三线触摸屏厂商，除了继续填补国产智能手机出货量增长所带来的市场空白

外，也把一大部分产能转向了国产品牌的官方售后维修市场。

近二年来，随着国产品牌的出货量快速增长，随之而来的官方售后维修市场也出现了爆发的趋势，据李星从行业中了解到的信息显示，目前二、三线触摸屏厂商的出货数量里，有一半以上的产品，都出货给了官方售后维修市场和公开维修市场。

目前中国的智能手机市场保有率快接近10亿部的规模，如果按2015/2016年的产品售后维修次数来看，每年约有接近1.5~2亿次的外挂式电容触摸屏换屏次数。这里面除了约三成会被官方式维修系统采购外挂式电容触摸屏更换外，剩余的七成都是由公开售后维修市场来完成。

而全球的智能手机保有量也已突破40亿部，而这些智能手机售后维修所需要的外挂式触摸屏几乎全部产自于中国，也就是说其中至少有5亿次以上的外挂式电容触摸屏更换产品，完全是中国的二、三线触摸屏厂商在生产。

全贴合普及加快，触控显示模组全贴合加工产值超过电容触摸屏生产产值

不管是为了追求显示效果也好，还是为了追求与in/on-cell内嵌式触控方案产品的超薄效果也好，全贴合触控显示模组在中高端机型上完全普及，行业终于在2017年全部完成。并且随着全贴合加工的工艺改善、材料更新、良率提升，全贴合的加工成本也得到了大幅度改善，全贴合往千元机以下的机型渗透速度也越来越快，目前市场上，销往中国市场的600元以上智能手机，基本上采用上全贴合工艺。

同时，受苹果在OLED新机iPhoneX上重新回到了外挂式电容触摸屏方案影响，OLED触控显示模组全贴合加工数量也显著增加。另外，苹果在iPhoneX上采用OLED后，其压力触控模组结构也发生了重大变化，导致压力触控的生产成本和全贴合加工成本，都有上升。

因此，2017年三星的OLED触控显示全贴合业务大幅增加，为其带来了约12亿美金的全贴合加工收入。而承接压力触控全贴合业务的TPK宸鸿和GIS业成，两家加起来则新增了约2.5~3亿美金的OLED模组压力触控全贴合加工收入。加上TPK宸鸿和GIS业成传统的压力触控合贴合业务，两家加起来约有20亿美金的规模。

事实上，行业计算全贴合加工产值时，一般会把整个全贴合触控显示模组的贴合与组装加工费用包含在内，因此全贴合的加工产值远远高于简单的全贴加工费用。而从行业市场公司公布的数据来看，2017年的触控显示模组全贴合加工产值，早已经超过了全行业电容触摸屏的生产产值。

触控技术更新缓慢，苹果的压力触控和TDDI新型触控是行业突破重点

2017年在智能手机上的触控交互技术上，仍然没有明显的亮点出现，如果硬要说有的话，也只能说苹果的压力触控和TDDI新型触控是行业突破重点。

苹果今年在OLED机型上的压力触控技术，由于受触控显示模组结构变化的影响，苹果没有再采用类似原来in-cell TFTLCD触控显示模组时，借用电容触控感应传感器层作的压力触控方案驱动层的方案，而是与原来的压力触控检测层一样，把驱动层从OLED触控显示模组中独立出来，新增加了驱动层传感器。并且为了保证压力触控的电容值稳定性，还额外增

加了温度稳定石墨层，把压力触控设计成了一个完整的组件。

苹果把压力触控设计成一个完整组件的行为，会不会对苹果以后的产品带来新的交互变化，目前行业还没有相关的信息。不过从苹果正在系统中加入更多AR虚拟显示元素的动作来看，李星还是在此建议苹果能够把3D压力触控与AR虚拟显示的交互深度集成起来，真正打开3D压力触控与AR虚拟显示的应用场景，提升智能手机的用户体验。（或许苹果已经着手解决这两者之间的融和问题也不一定）

非苹果阵营的压力触控应用技术突破，当数谷歌的自有品牌手机和HTC手机，在全面屏显示技术的应用下，谷歌和HTC把电阻式压力触控技术引入到了手机中框虚拟按键和虚拟滑动条上，为手机的交互操作打开了一个新的领域。未来谷歌会不会把这些动作深度集成到自己的安卓系统中，成为有别于苹果的另一新型交互方式，目前看来谷歌还得首先解决其系统碎片化难题才行。

2017年在触控技术上最大的突破，当数年底群创 (TW:3481) 发布的DST技术(Deep Sensing Technology)，群创将DST触控做在LCD TID(touch in display)里面，采用特殊电极设计，模拟3D多指多阶按压触感，可以完全隔离外界电容值的导入，消除了外界电容值导入时，温湿度变化给电容触摸屏带来的影响，带来了摩仿电阻触摸屏绝对坐标的优秀体验。

触摸屏四大主流工艺资料来源：公开资料整理 目前触摸屏主要有两大类、共四种工艺，分为贴合式(GG/GF、OGS)和嵌入式(on-cell、in-cell)。其中GF又衍生出G1F和GF2两种方案，下面是对这几种工艺的利弊分析对比：

触摸屏四大工艺对比资料来源：公开资料整理

我国高速增长的经济为触摸屏行业提供了广阔的市场空间，随着人民生活水平的不断提高，行业需求量激增，行业利润水平不断提高。但同时，随着行业内企业数量的增加，业内竞争逐渐加剧，行业内优秀的企业越来越重视市场的研究，特别是企业发展环境和需求趋势变化的研究。

观研天下发布的《2018年中国触摸屏市场分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。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。

第一章 2015-2017年中国触摸屏行业发展概述

第一节 触摸屏行业发展情况概述

- 一、触摸屏行业相关定义
- 二、触摸屏行业基本情况介绍
- 三、触摸屏行业发展特点分析

第二节 中国触摸屏行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、触摸屏行业产业链条分析
- 三、中国触摸屏行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国触摸屏行业生命周期分析

- 一、触摸屏行业生命周期理论概述
- 二、触摸屏行业所属的生命周期分析

第四节 触摸屏行业经济指标分析

- 二、触摸屏行业的赢利性分析
- 四、触摸屏行业的经济周期分析
- 三、触摸屏行业附加值的提升空间分析

第五节 国中触摸屏行业进入壁垒分析

- 一、触摸屏行业资金壁垒分析
- 二、触摸屏行业技术壁垒分析
- 三、触摸屏行业人才壁垒分析
- 四、触摸屏行业品牌壁垒分析
- 五、触摸屏行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球触摸屏行业市场发展现状分析

第一节 全球触摸屏行业发展历程回顾

第二节 全球触摸屏行业市场区域分布情况

第三节 亚洲触摸屏行业地区市场分析

一、亚洲触摸屏行业市场现状分析

二、亚洲触摸屏行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲触摸屏行业市场前景分析

第四节 北美触摸屏行业地区市场分析

一、北美触摸屏行业市场现状分析

二、北美触摸屏行业市场规模与市场需求分析

三、北美触摸屏行业市场前景分析

第五节 欧盟触摸屏行业地区市场分析

一、欧盟触摸屏行业市场现状分析

二、欧盟触摸屏行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟触摸屏行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界触摸屏行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球触摸屏行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国触摸屏产业发展环境分析

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 中国触摸屏行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节 中国触摸屏产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国触摸屏行业运行情况

第一节 中国触摸屏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 中国触摸屏行业市场规模分析

第三节 中国触摸屏行业供应情况分析

第四节 中国触摸屏行业需求情况分析

第五节 中国触摸屏行业供需平衡分析

第六节 中国触摸屏行业发展趋势分析

第五章 中国触摸屏所属行业运行数据监测

第一节 中国触摸屏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 中国触摸屏所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国触摸屏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

第六章 2015-2017年中国触摸屏市场格局分析

第一节 中国触摸屏行业竞争现状分析

一、中国触摸屏行业竞争情况分析

二、中国触摸屏行业主要品牌分析

第二节 中国触摸屏行业集中度分析

一、中国触摸屏行业市场集中度分析

二、中国触摸屏行业企业集中度分析

第三节 中国触摸屏行业存在的问题

第四节 中国触摸屏行业解决问题的策略分析

第五节 中国触摸屏行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国触摸屏行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国触摸屏行业消费特点

第二节 中国触摸屏行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 触摸屏行业成本分析

第四节 触摸屏行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国触摸屏行业价格现状分析

第六节 中国触摸屏行业平均价格走势预测

一、中国触摸屏行业价格影响因素

二、中国触摸屏行业平均价格走势预测

三、中国触摸屏行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国触摸屏行业区域市场现状分析

第一节 中国触摸屏行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区触摸屏市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区触摸屏市场规模分析

四、华东地区触摸屏市场规模预测

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、华中地区触摸屏市场规模分析

四、华中地区触摸屏市场规模预测

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、华南地区触摸屏市场规模分析

四、华南地区触摸屏市场规模预测

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区触摸屏市场规模分析

四、华北地区触摸屏市场规模预测

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、东北地区触摸屏市场规模分析

四、东北地区触摸屏市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区触摸屏市场规模分析

四、西部地区触摸屏市场规模预测

第九章 2015-2017年中国触摸屏行业竞争情况

第一节 中国触摸屏行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国触摸屏行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国触摸屏行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 触摸屏行业重点生产企业分析（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、公司优劣势分析

第二节 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、公司优劣势分析

第三节 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、公司优劣势分析

第四节 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、公司优劣势分析

第五节 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、公司优劣势分析

第六节 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、公司优劣势分析

第七节 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、公司优劣势分析

第八节 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、公司优劣势分析

第九节 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、公司优劣势分析

第十节 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、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国触摸屏行业发展前景分析与预测

第一节 中国触摸屏行业未来发展前景分析

一、触摸屏行业国内投资环境分析

二、中国触摸屏行业市场机会分析

三、中国触摸屏行业投资增速预测

第二节 中国触摸屏行业未来发展趋势预测

第三节 中国触摸屏行业市场发展预测

一、中国触摸屏行业市场规模预测

二、中国触摸屏行业市场规模增速预测

三、中国触摸屏行业产值规模预测

四、中国触摸屏行业产值增速预测

五、中国触摸屏行业供需情况预测

第四节 中国触摸屏行业盈利走势预测

一、中国触摸屏行业毛利润同比增速预测

二、中国触摸屏行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国触摸屏行业投资风险与营销分析

第一节 触摸屏行业投资风险分析

一、触摸屏行业政策风险分析

二、触摸屏行业技术风险分析

三、触摸屏行业竞争风险分析

四、触摸屏行业其他风险分析

第二节 触摸屏行业企业经营发展分析及建议

一、触摸屏行业经营模式

二、触摸屏行业销售模式

三、触摸屏行业创新方向

第三节 触摸屏行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国触摸屏行业发展策略及投资建议

第一节 中国触摸屏行业品牌战略分析

一、触摸屏企业品牌的重要性

二、触摸屏企业实施品牌战略的意义

三、触摸屏企业品牌的现状分析

四、触摸屏企业的品牌战略

五、触摸屏品牌战略管理的策略

第二节 中国触摸屏行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国触摸屏行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国触摸屏行业发展策略及投资建议

第一节 中国触摸屏行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国触摸屏行业定价策略分析

第二节中国触摸屏行业营销渠道策略

一、触摸屏行业渠道选择策略

二、触摸屏行业营销策略

第三节中国触摸屏行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国触摸屏行业重点投资区域分析

二、中国触摸屏行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/319439319439.html>