

2018年中国平板电脑行业分析报告- 市场深度调研与投资前景研究

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年中国平板电脑行业分析报告-市场深度调研与投资前景研究》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/jisuanji/342645342645.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

平板电脑也叫便携式电脑（英文：Tablet Personal Computer，简称Tablet PC、Flat P c、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。数据显示，2017年四季度，全球平板电脑出货量为4960万台，比上年同期的5380万台下降7.9%，惟一的好消息在于降幅没有达到两位数，低于2016年。在统计中计算了传统平板电脑，以及屏幕和键盘可分离的变形本。2017年四季度，苹果仍占据市场第一，而亚马逊则首次超过三星排名第二。排名前五的厂商市场份额总和为69.6%，高于上年同期的61.3%。

目前教育市场已经是很多厂商发力的重点，就像苹果除了打造硬件外，也在软件方面鼓励开发者提供教育应用，丰富教育生态。对此微软也有自己的策略，比如通过《我的世界》与儿童教育编程结合，构建“软硬一体化”平台，还通过开设“儿童课堂”（类似于苹果组织小朋友参观Apple Store）辅导、鼓励孩子通过平板等终端设备搭配教育应用进行线上信息化、数字化学习。

不仅如此，Surface Pro这类Windows二合一平板电脑的优势更多集中在“生产力”方面，相比轻薄本在差旅、外出办公等场景下二合一产品更为合适。特别是随着处理器等硬件性能提升，二合一产品仍旧是平板市场中比较值得关注的增长点，目前华为、联想等国产品牌也有推出该类型产品。

资料来源：互联网 在平板市场兴起初期，其主要作用是弥补智能手机屏幕尺寸不足，难以满足用户在视频等娱乐方面的使用需求。现在智能手机屏幕尺寸越来越大，确实在侵占了原本属于平板的市场。但手机屏幕尺寸目前普遍在5.5-6英寸之间，对于很多重度用户而言还“不够用”，如果购买一部“7英寸屏幕手机”，那么在携带、通话等方面会很影响体验，于是8英寸、10英寸左右的娱乐平板仍旧受到用户喜爱。

比如在视频方面，720P超清已经是很多“追剧党”的起步分辨率，越来越多的用户转向1080P，这时候手机屏幕看起来就不过瘾了！还有一项很重要——游戏！

资料来源：互联网

近两年手游市场的火热已经成为共识，现象级游戏引发的全民手游热潮值得关注，无论

是“喝农药、当欧贵、战非酋”均有越来越多的用户喜欢上移动端游戏内容，只不过与追剧一样，在小尺寸屏幕上操作起来难免会有局促、误触的情况发生，影响体验，这时候轻薄型平板电脑就成为很多用户首选。从目前包括京东等电商平台的销售数据来看，平板电脑的主要消费人群年龄主要在26-35岁之间，对于产品娱乐性能方面的表现更加重视。相比智能手机等“小屏”终端设备，平板除了在视觉方面为用户带来更具吸引力的体验外，音效则是其另一个重要优势！

声音可以说是提升产品体验沉浸感的强力辅助，更大的机身尺寸给平板保留了空间，可以布置等多地扬声器、完善立体声效果，这就让平板在游戏、影视等娱乐领域更有优势。因此平板在这轮包括直播、网剧等“内容爆发”、泛娱乐体系升级浪潮中将有新的发展空间。

未来平板电脑的发展将会更加偏向于商业用途驱动，平板电脑未来将会在企业和机构中发挥更加重要的作用。随着商业用户需求的不断上升以及个人用户的换机需求叠加，平板电脑将会出现类似于PC和笔记本电脑那样的回暖态势。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国平板电脑行业分析报告-市场深度调研与投资前景研究》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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018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、平板电脑行业基本情况介绍
- 三、平板电脑行业发展特点分析

第二节 中国平板电脑行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、平板电脑行业产业链条分析
- 三、中国平板电脑行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第二章 2016-2018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 欧盟平板电脑行业地区市场分析
 - 一、欧盟平板电脑行业市场现状分析
 - 二、欧盟平板电脑行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟平板电脑行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界平板电脑行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球平板电脑行业市场规模预测

第三章 中国平板电脑产业发展环境分析

- 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、全社会消费品平板电脑总额
 - 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
- 第三节 中国平板电脑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 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

第三节 中国平板电脑行业供应情况分析

第四节 中国平板电脑行业需求情况分析

第五节 中国平板电脑行业供需平衡分析

第六节 中国平板电脑行业发展趋势分析

第五章 中国平板电脑所属行业运行数据监测

第一节 中国平板电脑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 2016-2018年中国平板电脑市场格局分析

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情况分析

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分析

二、中国平板电脑行业企业集中度分析

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

第五节 中国平板电脑行业竞争力分析

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 2016-2018年中国平板电脑行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国平板电脑行业消费特点

第二节 中国平板电脑行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 平板电脑行业成本分析

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、渠道因素

四、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、中国平板电脑行业价格影响因素

二、中国平板电脑行业平均价格走势预测

三、中国平板电脑行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018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布

第二节 中国华东地平板电脑市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区平板电脑市场规模分析

四、华东地区平板电脑市场规模预测

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、华中地区平板电脑市场规模分析

四、华中地区平板电脑市场规模预测

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、华南地区平板电脑市场规模分析

第九章 2016-2018年中国平板电脑行业竞争情况

第一节 中国平板电脑行业竞争结构分析（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 中国平板电脑行业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 中国平板电脑行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 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

第十一章 2018-2024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市场发展预测

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

一、中国平板电脑行业毛利润同比增速预测

二、中国平板电脑行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国平板电脑行业投资风险与营销分析

第一节 平板电脑行业投资风险分析

一、平板电脑行业政策风险分析

二、平板电脑行业技术风险分析

三、平板电脑行业竞争风险

四、平板电脑行业其他风险分析

第二节 平板电脑行业企业经营发展分析及建议

一、平板电脑行业经营模式

二、平板电脑行业销售模式

三、平板电脑行业创新方向

第三节 平板电脑行业应对策略

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年中国平板电脑行业发展策略及投资建议

第一节 中国平板电脑行业品牌战略分析

- 一、平板电脑企业品牌的重要性
- 二、平板电脑企业实施品牌战略的意义
- 三、平板电脑企业品牌的现状分析
- 四、平板电脑企业的品牌战略
- 五、平板电脑品牌战略管理的策略

第二节 中国平板电脑行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国平板电脑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年中国平板电脑行业发展策略及投资建议

第一节 中国平板电脑行业产品策略分析

- 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 中国平板电脑行业定价策略分析

第三节 中国平板电脑行业营销渠道策略

- 一、平板电脑行业渠道选择策略
- 二、平板电脑行业营销策略

第四节 中国平板电脑行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国平板电脑行业重点投资区域分析
- 二、中国平板电脑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/jisuanji/342645342645.html>