

# 2017-2023年中国学生平板 市场调查与市场供需预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2017-2023年中国学生平板市场调查与市场供需预测报告》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.chinairr.org/report/R03/R0304/201712/14-246897.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

平板电脑诞生于 1989 年 9 月，GRiD Systems 公司成功研制出世界上第一台平板电脑，命名为 GRiD Pad，其操作系统基于 MS-DOS。但由于芯片等硬件和操作系统的限制，直至 2000 年平板电脑仍处于初步探索阶段。

2002 年 12 月，微软正式发布了一款基于 Windows XP 操作系统的平板电脑，标志着平板电脑正式进入商业销售阶段。七年后的 2010 年 1 月，苹果公司发布了第一代 iPad，拉开了平板电脑迅速发展的序幕。

2010 年 1 月苹果公司发布的 iPad 做工精致、外观时尚、屏幕清晰度高、系统操作流畅，迅速点燃了消费者对平板电脑的购买欲望，行业相继迎来了绚丽春天，销量连续攀升，增幅惊人。据国际数据公司（IDC）统计数据，全球平板电脑 2010 年的出货量仅为 1940 万台，而在接下来的 2011 年、2012 年和 2013 年则分别达到了惊人的 6870 万台、1.442 亿台和 2.17 亿台，同比增幅分别为 254.12%、109.90% 和 50.55%！

然而，在外观和软件创新度不足以及智能手机屏幕不断增大的双重冲击下，介于笔记本电脑和手机之间定位尴尬的平板电脑逐渐丧失了吸引力。从 2014 年起市场变换了季节，当年全球平板电脑出货量为 2.29 亿台，同比增长仅仅为 5.80%，增幅下降接近 50%。步入 2015 年，市场仍然没有止跌企稳的迹象，下滑持续。2016 年全年平板电脑出货量为 1.75 亿部，比 2015 年同期的 2.07 亿下降 15.6%。其中，全球出货量前五的厂商分别为苹果、三星、亚马逊、联想和华为。

与整个平板电脑市场的节奏一样，苹果、三星和联想的出货量都处于同比下降的状态中。值得一提的是，亚马逊和华为两家的平板出货量同比增速分别达到了 98.8% 和 49.9%。

2010-2016 年全球平板电脑出货量走势图 资料来源：IDC

本学生平板行业研究报告是中国产业研究报告网公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。中国产业研究报告网在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国学生平板行业研究报告是 2017-2018 年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由中国产业研究报告网公司领衔撰写，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、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、中国产业研究报告网提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国学生平板行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国学生平板行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国学生平板行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

## 第一章 学生平板产业概述 1

### 1.1 学生平板定义及产品技术参数 1

### 1.2 学生平板分类 2

### 1.3 学生平板应用领域 2

### 1.4 学生平板产业链结构 4

学生平板电脑的产业链基本上可以套用电子信息产品的产业链，包括最前端的元器件和零组件，中间的制造、应用开发，后端的销售和用户环节。

行业产业链 资料来源：公开资料整理

### 1.5 学生平板产业概述 4

### 1.6 学生平板产业政策 5

### 1.7 学生平板产业动态 6

## 第二章 学生平板生产成本分析 7

### 2.1 学生平板物料清单（BOM） 7

### 2.2 学生平板物料清单价格分析 9

### 2.3 学生平板生产劳动力成本分析 10

### 2.4 学生平板设备折旧成本分析 11

### 2.5 学生平板生产成本结构分析 15

### 2.6 学生平板制造工艺分析 15

### 2.7 中国2011-2016年学生平板价格、成本及毛利 16

## 第三章 中国学生平板技术数据和生产基地分析 18

### 3.1 中国2015年学生平板各企业产能及投产时间 18

### 3.2 中国2015年学生平板主要企业生产基地及产能分布 19

### 3.3 中国2015年主要学生平板企业研发状态及技术来源 20

第四章 中国2011-2016年学生平板不同地区、不同规格及不同应用的产量分析 37

4.1 中国2011-2016年不同地区（主要省份）学生平板产量分布 37

平板电脑诞生于1989年9月，GRiD Systems公司成功研制出世界上第一台平板电脑，命名为GRiD Pad，其操作系统基于MS-DOS。但由于芯片等硬件和操作系统的限制，直至2000年平板电脑仍处于初步探索阶段。

2002年12月，微软正式发布了一款基于Windows XP操作系统的平板电脑，标志着平板电脑正式进入商业销售阶段。七年后的2010年1月，苹果公司发布了第一代iPad，拉开了平板电脑迅速发展的序幕。

2010年1月苹果公司发布的iPad做工精致、外观时尚、屏幕清晰度高、系统操作流畅，迅速点燃了消费者对平板电脑的购买欲望，行业相继迎来了绚丽春天，销量连续攀升，增幅惊人。据国际数据公司（IDC）统计数据，全球平板电脑2010年的出货量仅为1940万台，而在接下来的2011年、2012年和2013年则分别达到了惊人的6870万台、1.442亿台和2.17亿台，同比增幅分别为254.12%、109.90%和50.55%！

然而，在外观和软件创新度不足以及智能手机屏幕不断增大的双重冲击下，介于笔记本电脑和手机之间定位尴尬的平板电脑逐渐丧失了吸引力。从2014年起市场变换了季节，当年全球平板电脑出货量为2.29亿台，同比增长仅仅为5.80%，增幅下降接近50%。步入2015年，市场仍然没有止跌企稳的迹象，下滑持续。2016年全年平板电脑出货量为1.75亿部，比2015年同期的2.07亿下降15.6%。其中，全球出货量前五的厂商分别为苹果、三星、亚马逊、联想和华为。

与整个平板电脑市场的节奏一样，苹果、三星和联想的出货量都处于同比下降的状态中。值得一提的是，亚马逊和华为两家的平板出货量同比增速分别达到了98.8%和49.9%。

2010-2016年全球平板电脑出货量走势图 资料来源：IDC

娱乐休闲类平板电脑的主要功能是满足用户视频观看、手游、阅读、购物等需求，基本搭载iOS系统和Android系统。随着智能手机，尤其是iPhone和三星手机屏幕逐渐增大和功能强化，用户的体验满意度不断提高，其对娱乐休闲类平板电脑的替代效应也越发明显，后者的吸引力已大幅下降，市场需求也就越来越疲弱。

自2010年问世以来，苹果iPad几乎就是平板电脑的代名词，是最闪耀的明星产品，一直主导着平板电脑市场，销量一路高歌猛进。然而在过去的2014年，iPad出货量却首次出现了下滑，同比下滑幅度高达17%。2016年形势依然没有改观，iPad出货量同比下降明显，Android系

统平板电脑也有同样遭遇，出货量也呈现出同比下降趋势。

平板电脑出货量走低应是市场在历经几年爆发式增长之后的一个调整过程，并不意味着它将完全退出历史舞台。随着中央处理器和存储等硬件技术持续升级，平板电脑性能也日益强大，同时，Windows 系统经不断优化后在平板电脑领域获得广泛认可、尤其是新系统 Windows 10 反响热烈，这一系列因素正推动平板电脑向着办公商务化、综合化转变，消费者购置欲望有望再次被点燃，平板电脑在中长期仍可期待保持稳定增长。据 IDC 的预测，至 2019 年年底平板电脑市场将回暖，这主要源于 Windows 系统平板电脑出货量增加。

在具体细分领域，一个明显的趋势是商用平板电脑市场的崛起。商用平板电脑主要是指能够运行、编辑办公或专业等软件从而满足用户移动办公需求的平板电脑。随着移动互联网的迅猛发展，平板电脑正加速渗入各行各业，成为便捷办公、提供工作效率的重要助手。

在教育行业，平板电脑的运用也不仅仅是简单的上传分享课件及资料等用途，还能够支持和识别原笔迹输入、试题解答、分析错题率，实时师生互动交流，了解学生对知识的掌握程度，进而有针对性的扫除学生知识盲点。

据统计：2016年我国学生平板产量达到1620万台，年度销量为1477万台，其中集聚步步高、小天才、读书郎、小霸王、快易典等学生平板生产商的广东省是目前我国学生平板的主要生产区，年度产量占同期国内总产量的65%以上。

#### 4.2 2011-2016年中国不同规格学生平板产量分布 40

2016年年我国7寸及以下学生平板产量为184.7万台，占年度学生平板总产量的11.4%；7.1-7.9寸学生平板产量为184.7万台，占年度学生平板总产量的35.1%；8.0-8.9寸学生平板产量为502.2万台，占年度学生平板总产量的31.0%；9寸及以上学生平板产量为364.5万台，占年度学生平板总产量的22.5%；

#### 4.3 中国2011-2016年不同应用学生平板销量分布 41

#### 4.4 中国2016年学生平板主要企业价格分析 42

#### 4.5 中国2011-2016年学生平板产能、产量（中国生产量）进口量、出口量、销量（中国国内销量）、价格、成本、销售收入及毛利率分析 44

### 第五章 学生平板消费量及消费额的地区分析 45

#### 5.1 中国主要地区2011-2016年学生平板消费量分析 45

#### 5.2 中国2011-2016年学生平板消费额的地区分析 46

#### 5.3 中国2011-2016年学生平板消费价格的地区分析 47

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 第六章 中国2011-2016年学生平板产供销需市场分析    | 48 |
| 6.1 中国2011-2016年学生平板产能、产量、销量和产值 | 48 |
| 6.2 中国2016年学生平板销售市场份额           | 49 |
| 6.3 中国2011-2016年学生平板需求量综述       | 50 |
| 6.4 中国2011-2016年学生平板供应、消费及短缺    | 50 |
| 6.5 中国2011-2016年学生平板进口、出口和消费    | 51 |
| 6.6 中国2016年学生平板成本、价格、产值及毛利率     | 51 |
| <br>                            |    |
| 第七章 学生平板主要企业分析                  | 52 |
| 7.1 步步高                         | 52 |
| 7.1.1 公司简介                      | 52 |
| 7.1.2 学生平板产品图片及技术参数             | 57 |
| 7.1.3 学生平板产能、产量、价格、成本、利润、收入     | 58 |
| 7.1.4 步步高SWOT分析                 | 58 |
| 7.2 读书郎                         | 60 |
| 7.2.1 公司简介                      | 60 |
| 7.2.2 学生平板产品图片及技术参数             | 60 |
| 7.2.3 学生平板产能、产量、价格、成本、利润、收入     | 62 |
| 7.2.4 读书郎SWOT分析                 | 62 |
| 7.3 诺亚舟                         | 63 |
| 7.3.1 公司简介                      | 63 |
| 7.3.2 学生平板产品图片及技术参数             | 64 |
| 7.3.3 学生平板产能、产量、价格、成本、利润、收入     | 65 |
| 7.3.4 诺亚舟SWOT分析                 | 65 |
| 7.4 智慧城                         | 66 |
| 7.4.1 公司简介                      | 66 |
| 7.4.2 学生平板产品图片及技术参数             | 66 |
| 7.4.3 学生平板产能、产量、价格、成本、利润、收入     | 67 |
| 7.4.4 智慧城SWOT分析                 | 67 |
| 7.5 小天才                         | 67 |
| 7.5.1 公司简介                      | 67 |

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 7.5.2 学生平板产品图片及技术参数          | 67 |
| 7.5.3 学生平板产能、产量、价格、成本、利润、收入  | 68 |
| 7.5.4 小天才SWOT分析              | 68 |
| 7.6 快易典                      | 69 |
| 7.6.1 公司简介                   | 69 |
| 7.6.2 学生平板产品图片及技术参数          | 69 |
| 7.6.3 学生平板产能、产量、价格、成本、利润、收入  | 70 |
| 7.6.4 快易典SWOT分析              | 70 |
| 7.7 好记星                      | 70 |
| 7.7.1 公司简介                   | 70 |
| 7.7.2 学生平板产品图片及技术参数          | 71 |
| 7.7.3 学生平板产能、产量、价格、成本、利润、收入  | 72 |
| 7.7.4 好记星SWOT分析              | 72 |
| 7.8 万虹                       | 73 |
| 7.8.1 公司简介                   | 73 |
| 7.8.2 学生平板产品图片及技术参数          | 74 |
| 7.8.3 学生平板产能、产量、价格、成本、利润、收入  | 74 |
| 7.8.4 万虹SWOT分析               | 75 |
| 7.9 MALATA                   | 75 |
| 7.9.1 公司简介                   | 75 |
| 7.9.2 学生平板产品图片及技术参数          | 76 |
| 7.9.3 学生平板产能、产量、价格、成本、利润、收入  | 77 |
| 7.9.4 MALATASWOT分析           | 78 |
| 7.10 清华同方                    | 78 |
| 7.10.1 公司简介                  | 78 |
| 7.10.2 学生平板产品图片及技术参数         | 83 |
| 7.10.3 学生平板产能、产量、价格、成本、利润、收入 | 84 |
| 7.10.4 清华同方SWOT分析            | 84 |
| 7.11 NABI                    | 85 |
| 7.11.1 公司简介                  | 85 |
| 7.11.2 学生平板产品图片及技术参数         | 85 |
| 7.11.3 学生平板产能、产量、价格、成本、利润、收入 | 88 |



|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| 7.11.4 NABISWOT分析                 | 89  |
| 7.12 学之友                          | 90  |
| 7.12.1 公司简介                       | 90  |
| 7.12.2 学生平板产品图片及技术参数              | 90  |
| 7.12.3 学生平板产能、产量、价格、成本、利润、收入      | 91  |
| 7.12.4 学之友SWOT分析                  | 92  |
| <br>                              |     |
| 第八章 价格和利润率分析                      | 93  |
| 8.1 价格分析                          | 93  |
| 8.2 利润率分析                         | 93  |
| 8.3 不同地区价格对比                      | 94  |
| 8.4 学生平板不同产品价格分析                  | 95  |
| 8.5 学生平板不同价格水平的市场份额               | 96  |
| 8.6 学生平板不同应用的利润率分析                | 96  |
| <br>                              |     |
| 第九章 学生平板销售渠道分析                    | 98  |
| 9.1 学生平板销售渠道现状分析                  | 98  |
| 9.2 中国学生平板经销商及联系方式                | 98  |
| 9.3 中国学生平板出厂价、渠道价及终端价分析           | 100 |
| 9.4 中国学生平板进口、出口及贸易情况分析            | 100 |
| <br>                              |     |
| 第十章 中国2017-2023年学生平板发展趋势          | 101 |
| 10.1 中国2017-2023年学生平板产能产量预测分析     | 101 |
| 10.2 中国2017-2023年不同规格学生平板产量分布     | 101 |
| 10.3 中国2017-2023年学生平板销量及销售收入      | 102 |
| 10.4 中国2017-2023年学生平板不同应用销量分布     | 103 |
| 10.5 中国2017-2023年学生平板进口、出口及消费     | 104 |
| 10.6 中国2017-2023年学生平板成本、价格、产值及利润率 | 104 |
| <br>                              |     |
| 第十一章 学生平板产业链供应商及联系方式              | 107 |
| 11.1 学生平板主要原料供应商及联系方式             | 107 |
| 11.2 学生平板主要设备供应商及联系方式             | 119 |

11.3 学生平板主要供应商及联系方式 119

11.4 学生平板主要买家及联系方式 120

11.5 学生平板供应链关系分析 121

第十二章 学生平板新项目可行性分析 123

12.1 学生平板新项目SWOT分析 123

12.2 学生平板新项目可行性分析（ZY202） 125

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0304/201712/14-246897.html>