

2021-2027年中国平板电脑 市场前景研究与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国平板电脑市场前景研究与发展前景预测报告》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/R0305/202104/22-401449.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

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

平板电脑也叫便携式电脑（Tablet Personal Computer，Tablet PC），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。

2019年第四季度中国平板电脑市场出货量约581万台，在保持连续6个季度增长后开始出现下滑趋势，同比下降3.9%。2019年中国平板电脑市场复苏:出货量达2241万台，自2015年以来首次出现反弹，同比增长0.8%。商用市场下滑幅度较大，出货量约480万台，同比下降16.4%。

除受到宏观经济增速下行的影响之外，企业需求下降、政府全国性项目的减少也导致商用市场低迷的关键因素。2015-2019年中国平板电脑出货量走势 中国产业研究报告网发布的

《2021-2027年中国平板电脑市场前景研究与报告》共七章。首先介绍了中国平板电脑行业市场发展环境、平板电脑整体运行态势等，接着分析了中国平板电脑行业市场运行的现状，然后介绍了平板电脑市场竞争格局。随后，报告对平板电脑做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国平板电脑行业发展趋势与投资预测。您若想对平板电脑产业有个系统的了解或者想投资中国平板电脑行业，本报告是您不可或缺的重要工具。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。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）2019年国际宏观经济运行状况分析（二）2021-2027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）2019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）技术发展现状调研（二）技术发展趋势预测分析二、互联网技术发展分析（一）技术发展现状调研（二）技术发展趋势预测分析三、多点触控技术发展分析（一）技术发展现状调研（二）技术发展趋势预测分析第二章 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）2018年全球平板电脑出货量（二）2019年全球平板电脑出货量（三）2019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分析

一、2019年发展趋势预测分析

(一) 2019年平板电脑销量预测分析 (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、2021-2027年发展趋势预测分析

(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 中国平板电脑所属行业市场发展分析

第一节 中国平板电脑市场发展概况

一、2019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) 2019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 2019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) 技术现状调研 (三) 发展趋势预测分析

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 2021-2027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分析2019年中国平板电脑市场触底反弹，出货量在连续四年同比下降后，终于开始增长。整个2019年，中国平板市场份额向头部厂商集中，苹果和华为整体市场份额已超过7成，而在消费市场超过8成。目前头部厂商的发展不但拉动整体市场出货量的增长，而且引导了整个平板电脑行业的发展趋势：2019年中国整个平板电脑行业的发展趋势：一、行业发展趋势预测分析（一）市场格局发展趋势预测（二）产品创新发展趋势预测（三）内容需求发展趋势预测（四）市场拓展区域及渠道发展趋势预测（五）应用市场及盈利发展趋势预测二、行业发展前景预测分析（一）行业用户市场容量预测分析（二）行业市场规模预测分析第四节 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

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202104/22-401449.html>