

2018-2023 年中国平板电脑行业市场调研及投资潜力分析报告

内容概要：

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（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实现输入。

随着移动通信、图像技术、人工智能等领域的高速发展和不断融合，未来以消费者为中心，智慧化的全场景智能生活将在不久之后称为现实。这将给传统的 PC、手机等行业带来全新的行业机遇和挑战。作为重要的智能终端设备，平板电脑市场自 2015 年以来一直处于萎缩状态。

未来，随着移动智能终端处理器性能的不不断提升和用户对影音娱乐的需求，个人娱乐设备和生产力工具仍然是平板电脑发展的两大方向，细分平板市场仍然拥有较大的市场空间。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对平板电脑行业概况、全球发展现状、宏观发展环境、行业市场规模情况、进出口市场、消费者市场分析、营销模式、竞争格局及策略、重点企业经营情况、市场发展前景、发展趋势、兼并重组现状、投资潜力和风险等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、海关总署、国研网、中国计算机行业协会、深圳市平板显示行业协会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为平板电脑行业相关企业、销售企业、科研单位、投资企业等准确了解平板电脑行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版
交付方式：Email 或特快专递
中文版价格：RMB 9800
英文版价格：USD 7900

服务热线：400-6630-998
订购专线：0755-32919669
订购传真：0755-61605116
公司网址：www.qhztzx.com
出版日期：动态更新

■ 核心竞争力

- **数据库资源：**涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- **咨询经验丰富**
- **专业咨询团队**
- **社会公共资源**
- **服务水平与质量**
- **不断创新与探索**

■ 核心业务

上市咨询 企业管理咨询
行业研究 可行性研究报告
园区规划 商业计划书
产业规划 资金申请报告
市场调研 投资价值分析报告
招商策划 项目稳定回报论证
数据分析 投资风险评估报告

2018-2023 年中国平板电脑行业市场调研及投资潜力分析报告

■ 报告目录

第 1 章 平板电脑行业发展综述

1.1 平板电脑行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.2 平板电脑行业产业链结构分析

1.2.1 产业链结构分析

1.2.2 产业链上游行业分析

1.2.3 产业链中游行业分析

1.2.4 产业链下游行业分析

第 2 章 全球平板电脑行业发展状况与趋势分析

2.1 全球平板电脑行业发展现状

2.1.1 全球平板电脑出货量规模

2.1.2 全球平板电脑行业区域分布

2.1.3 全球平板电脑行业竞争态势

2.1.4 全球平板电脑发展趋势分析

2.2 美国平板电脑行业发展状况分析

2.2.1 行业发展现状分析

2.2.2 行业主要品牌分析

2.2.3 行业发展趋势分析

2.3 日本平板电脑行业发展状况分析

2.3.1 行业发展现状分析

2.3.2 行业主要品牌分析

2.3.3 行业发展趋势分析

2.4 欧盟平板电脑行业发展状况分析

2.4.1 行业发展现状分析

- 2.4.2 行业主要品牌分析
- 2.4.3 行业发展趋势分析

第 3 章 中国平板电脑行业发展环境 PEST 分析

3.1 中国平板电脑行业政策环境分析

- 3.1.1 行业管理体制
- 3.1.2 行业政策体系
- 3.1.3 行业标准规范

3.2 中国平板电脑行业经济环境分析

- 3.2.1 中国 GDP 增长情况
- 3.2.2 工业经济发展形势
- 3.2.3 社会固定资产投资情况
- 3.2.4 全社会消费品零售总额
- 3.2.5 中国融资环境分析

3.3 中国平板电脑行业社会环境分析

- 3.3.1 人口结构环境分析
- 3.3.2 居民人均可支配收入
- 3.3.3 中国网民规模情况
- 3.3.4 中国互联网普及现状
- 3.3.5 居民消费习惯分析
- 3.3.6 中国城镇化率水平

3.4 中国平板电脑行业技术环境分析

- 3.4.1 关键技术发展分析
- 3.4.2 技术发展趋势分析

第 4 章 中国平板电脑行业市场发展状况分析

4.1 中国平板电脑行业发展现状分析

- 4.1.1 平板电脑行业发展阶段分析
- 4.1.2 平板电脑行业区域分布特征
- 4.1.3 平板电脑行业发展现状分析
- 4.1.4 平板电脑行业存在问题分析

4.2 中国平板电脑行业市场运行状况分析

- 4.2.1 平板电脑市场运行现状
- 4.2.2 平板电脑行业出货量规模
- 4.2.3 平板电脑市场价格分析

4.3 中国平板电脑行业进出口情况分析

- 4.3.1 平板电脑进口市场分析
- 4.3.2 平板电脑出口市场分析

第 5 章 中国平板电脑行业营销渠道及策略分析

5.1 中国平板电脑消费市场需求群体分析

- 5.1.1 用户认知程度分析
- 5.1.2 用户需求特征分析
- 5.1.3 用户购买途径分析
- 5.1.4 用户消费习惯分析
- 5.1.5 用户品类偏好分析

5.2 中国平板电脑行业营销渠道分析

- 5.2.1 家电连锁渠道
- 5.2.2 百货渠道
- 5.2.3 专卖店渠道
- 5.2.4 网络渠道

5.3 中国平板电脑行业营销策略分析

- 5.3.1 平板电脑行业经营存在问题分析
- 5.3.2 平板电脑行业促销策略分析
- 5.3.3 平板电脑行业市场开发策略分析

第 6 章 中国平板电脑行业市场竞争格局分析

6.1 平板电脑行业竞争格局分析

- 6.1.1 区域分布结构
- 6.1.2 品牌竞争格局
- 6.1.3 行业竞争态势分析

6.2 平板电脑行业波特五力竞争模型分析

- 6.2.1 现有企业间竞争
- 6.2.2 潜在进入者分析
- 6.2.3 替代品威胁分析
- 6.2.4 供应商议价能力
- 6.2.5 购买者议价能力

6.3 品牌竞争核心要素分析

- 6.3.1 系统培训
- 6.3.2 盈利模式
- 6.3.3 服务体系
- 6.3.4 人才竞争
- 6.3.5 渠道资源
- 6.3.6 质量技术保证

第7章 中国平板电脑行业重点区域市场发展分析

7.1 平板电脑行业区域投资环境分析

7.2 不同区域平板电脑行业发展情况分析

- 7.2.1 华北地区平板电脑行业发展情况
- 7.2.2 东北地区平板电脑行业发展情况
- 7.2.3 华东地区平板电脑行业发展情况
- 7.2.4 华中地区平板电脑行业发展情况
- 7.2.5 华南地区平板电脑行业发展情况
- 7.2.6 西部地区平板电脑行业发展情况

第8章 国内外平板电脑行业标杆企业经营分析

8.1 苹果

- 8.1.1 企业发展概况
- 8.1.2 产品结构分析
- 8.1.3 市场布局情况
- 8.1.4 经营业绩分析
- 8.1.5 竞争优势分析

8.2 三星

8.2.1 企业发展概况

8.2.2 产品结构分析

8.2.3 市场布局情况

8.2.4 经营业绩分析

8.2.5 竞争优势分析

8.3 华为

8.3.1 企业发展概况

8.3.2 产品结构分析

8.3.3 市场布局情况

8.3.4 经营业绩分析

8.3.5 竞争优势分析

8.4 亚马逊

8.4.1 企业发展概况

8.4.2 产品结构分析

8.4.3 市场布局情况

8.4.4 经营业绩分析

8.4.5 竞争优势分析

8.5 联想

8.5.1 企业发展概况

8.5.2 产品结构分析

8.5.3 市场布局情况

8.5.4 经营业绩分析

8.5.5 竞争优势分析

8.6 微软

8.6.1 企业发展概况

8.6.2 产品结构分析

8.6.3 市场布局情况

8.6.4 经营业绩分析

8.6.5 竞争优势分析

8.7 戴尔

- 8.7.1 企业发展概况
- 8.7.2 产品结构分析
- 8.7.3 市场布局情况
- 8.7.4 经营业绩分析
- 8.7.5 竞争优势分析

8.8 宏碁

- 8.8.1 企业发展概况
- 8.8.2 产品结构分析
- 8.8.3 市场布局情况
- 8.8.4 经营业绩分析
- 8.8.5 竞争优势分析

8.9 惠普

- 8.9.1 企业发展概况
- 8.9.2 产品结构分析
- 8.9.3 市场布局情况
- 8.9.4 经营业绩分析
- 8.9.5 竞争优势分析

8.10 酷比魔方

- 8.10.1 企业发展概况
- 8.10.2 产品结构分析
- 8.10.3 市场布局情况
- 8.10.4 经营业绩分析
- 8.10.5 竞争优势分析

第 9 章 中国平板电脑行业发展趋势与前景预测

9.1 中国平板电脑行业发展趋势分析

- 9.1.1 技术发展趋势
- 9.1.2 产品发展趋势
- 9.1.3 市场价格走势

9.2 中国平板电脑行业市场前景展望

9.2.1 市场发展前景展望

9.2.2 行业市场规模预测

9.3 平板电脑行业投资兼并重组整合分析

9.3.1 投资兼并重组现状

9.3.2 投资兼并重组案例

9.3.3 投资兼并重组趋势

第 10 章 中国平板电脑行业发展投资潜力分析

10.1 中国平板电脑行业市场投资机会分析

10.1.1 产业链投资机会分析

10.1.2 细分市场投资机会分析

10.1.3 重点区域投资机会分析

10.2 中国平板电脑行业市场投资潜力分析

10.2.1 行业发展影响因素分析

10.2.2 行业市场投资潜力分析

10.3 中国平板电脑行业市场投资风险预警

10.3.1 技术更新风险

10.3.2 市场价格风险

10.3.3 行业竞争风险

10.3.4 替代品风险

■ 图表目录

图表 1：2010-2017 年中国国内生产总值

图表 2：2010-2017 年工业增加值及同比增速

图表 3：2017 年末我国人口数量及其构成情况

图表 4：2010-2017 年中国农村居民人均纯收入情况

图表 5：2010-2017 年中国城镇居民人均可支配收入情况

图表 6：2010-2017 年社会消费量零售总额

图表 7：2010-2017 年中国城镇化率水平

- 图表 8: 全球平板电脑行业出货量情况
- 图表 9: 中国平板电脑行业出货量情况
- 图表 10: 中国平板电脑行业出口规模情况
- 图表 11: 中国平板电脑市场品牌关注情况
- 图表 12: 中国平板电脑行业区域分布结构
- 图表 13: 重点企业一主要经济指标分析
- 图表 14: 重点企业一盈利能力分析
- 图表 15: 重点企业一运营能力分析
- 图表 16: 重点企业一偿债能力分析
- 图表 17: 重点企业一发展能力分析
- 图表 18: 重点企业二市场营销网络布局
- 图表 19: 重点企业二主要经济指标分析
- 图表 20: 重点企业二盈利能力分析
-

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容，请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线：**400-6630-998 0755-32919669**

QQ 在线咨询：**2013746518 3119207588**

订购传真：**0755-61605116**

电子邮箱：service@qhztzx.com

公司网站：www.qhztzx.com

大批量采购报告可享受会员特惠，详情请来电咨询，我们会竭诚为您服务！

【版权声明】本报告由前海中泰咨询网出品，版权归前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司所有，拥有唯一著作权。前海中泰咨询网的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用，并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司书面授权许可，任何网站或媒体不得复制、转载或引用。

前海中泰咨询研究报告订购协议

甲 方： _____
企业负责人： _____ 先生 女士 职务： _____
企业联系人： _____ 先生 女士 职务： _____
手 机： _____ 企业传真： _____
座 机： _____ 电子邮箱： _____
地 址： _____

套餐一：5份报告，特惠订阅费用4.6万元 套餐二：10份报告，特惠订阅费用8.8万元
套餐三：15份报告，特惠订阅费用12.5万元 套餐四：20份报告，特惠订阅费用16.5万元
备注：原报告单份定价超过1万的不参与套餐优惠活动。

报告及套餐： _____ 份数： _____
服务方式：全套版本（电子版+印刷版） 电子版（电子邮件发送） 印刷版本（免费快递）
协议金额： _____ 付款日期： _____

乙 方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司
联系电话：**0755-32919669 400-6630-998（全国免费服务热线）** 传真：**0755-61605116**
地 址：深圳市南山区中心路（深圳湾段）3019号天虹大厦16层（邮编：518000）
汇款至 招商银行 汇款至 中国建设银行
账户名：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司 账户名：深圳前海中泰产业研究院有限公司
开户行：招商银行深圳泰然支行 开户行：中国建设银行深圳住房城市建设支行
账 号：7559-3003-0010-902 账 号：4425-0100-0058-0000-0402

根据《中华人民共和国合同法》及其他有关法律、法规之规定，甲乙双方经过协商，确认根据下列条款订立合同，以资共同遵照执行。甲乙双方经友好协商达成以下协议：

- 1、本协议签订后2个工作日内，甲方支付款项至乙方账户；
- 2、乙方收到甲方款项后2个工作日内寄出正式发票，3-5个工作日内发送研究报告给甲方；
- 3、此研究报告的知识产权归乙方所有；
- 4、乙方授权甲方在其公司（集团）内独立使用该报告，未经乙方许可，甲方不得将报告的任何内容泄露给第三方，否则须承担由此给乙方造成的损失及相应的法律责任；
- 5、本协议一式两份，自双方签字盖章之日起生效，未尽事宜由双方协商解决。

甲方： _____ 乙方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司
盖章： _____ 盖章： _____
日期： _____ 年 _____ 月 _____ 日 日期： _____ 年 _____ 月 _____ 日