

2021-2027年中国平板电脑 行业前景展望与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国平板电脑行业前景展望与投资战略咨询报告》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.cction.com/report/202106/225488.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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，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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国平板电脑行业前景展望与投资战略咨询报告》共七章。首先介绍了平板电脑相关概念及发展环境，接着分析了中国平板电脑规模及消费需求，然后对中国平板电脑市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国平板电脑面临的机遇及发展前景。您若想对中国平板电脑有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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

1.1 平板电脑行业概述

1.1.1 平板电脑的定义

1.1.2 平板电脑的特点

1.1.3 平板电脑的类型

（1）滑盖型平板电脑

（2）纯平板电脑

（3）商务平板电脑

（4）工业用平板电脑

1.1.4 平板电脑的优缺点

1.1.5 平板电脑产业生命周期分析

1.2 平板电脑行业政策环境分析

1.2.1 平板电脑行业监管体制

1.2.2 平板电脑行业相关政策及规划

1.2.3 平板电脑行业相关标准

1.3 平板电脑行业经济环境分析

1.3.1 国际宏观环境分析

- (1) 2019年国际宏观经济运行情况
- (2) 2019年国际宏观经济走势分析

1.3.2 国内宏观环境分析

- (1) 2019年国内宏观经济运行情况
- (2) 2019年国内宏观经济走势分析

1.3.3 行业宏观环境分析

1.4 平板电脑行业技术环境分析

1.4.1 移动通信技术发展分析

- (1) 技术发展现状
- (2) 技术发展趋势

1.4.2 互联网技术发展分析

- (1) 技术发展现状
- (2) 技术发展趋势

1.4.3 多点触控技术发展分析

- (1) 技术发展现状
- (2) 技术发展趋势

1.5 报告研究单位与研究方法

1.5.1 研究单位介绍

1.5.2 研究方法概述

第二章 全球平板电脑产业发展分析

2.1 全球平板电脑产业发展概况

2.1.1 全球平板电脑发展历程

- (1) 初期
- (2) 早期
- (3) 发展期
- (4) 现阶段

2.1.2 全球平板电脑产业生态链分析

- (1) 上游配件供应商分析
- (2) 品牌制造商分析

- (3) 操作系统平台商分析
- (4) 应用软件开发商分析
- (5) 电信运营商分析
- (6) 服务供应商分析
- (7) 渠道商分析
- (8) 周边设备制造商分析

2.2 全球平板电脑市场重点国家和地区

2.2.1 美国

- (1) 美国平板电脑市场规模分析
- (2) 美国平板电脑用途分析
- (3) 美国平板电脑市场品牌格局分析
- (4) 美国平板电脑市场发展趋势分析

2.2.2 欧洲

- (1) 欧洲平板电脑市场规模分析
- (2) 欧洲平板电脑市场品牌格局分析
- (3) 欧洲平板电脑市场发展趋势分析

2.2.3 日本

- (1) 日本平板电脑市场规模分析
- (2) 日本平板电脑市场品牌格局分析
- (3) 日本平板电脑市场发展趋势分析

2.2.4 韩国

- (1) 韩国平板电脑市场规模分析
- (2) 韩国平板电脑市场品牌格局分析
- (3) 韩国平板电脑市场发展趋势分析

2.3 全球平板电脑发展趋势预测

2.3.1 发展预测

- (1) 硬件终端设备中山寨产品或将出现
- (2) 服务内容提供商市场运作成熟
- (3) 周边配套设备中众多新品牌涌入

2.3.2 发展趋势预测

- (1) 云端服务将成为价值度最高的部分
- (2) 上游芯片商仍是行业发展关键点

(3) 品牌制造商或将成为平板电脑解决方案供应商

第三章 中国平板电脑市场发展分析

3.1 中国平板电脑市场发展概况

3.1.1 中国平板电脑发展概况

- (1) 市场关注度分析
- (2) 新品牌及新产品分析

3.1.2 中国市场与国际市场差异

- (1) 中国平板电脑硬件成本低，但制造商面临挑战
- (2) 中国网络环境复杂，三种3G标准同时执行
- (3) 中国市场规模庞大，细分市场级别较多

3.2 中国平板电脑市场发展现状分析

3.2.1 市场规模分析

- (1) 市场格局
- (2) 技术现状
- (3) 发展趋势

3.2.2 品牌结构分析

3.2.3 产品结构分析

- (1) 屏幕尺寸及分辨率
- (2) 操作系统
- (3) 芯片处理器
- (4) 系统容量

3.2.4 市场价格结构分析

3.3 中国平板电脑市场发展愿景分析

3.3.1 中国平板电脑平台发展层面

- (1) 通过“云”窗口
- (2) 计算机平台的全新跨越

3.3.2 中国平板电脑技术发展层面

- (1) 山寨平板电脑生存有难度
- (2) 维修质量无法保证

第四章 中国平板电脑产业生态链分析

4.1 平板电脑行业产业链构成分析

4.2 平板电脑行业配件提供商分析

4.2.1 芯片类供应商

- (1) 平板电脑芯片组
- (2) 核心处理器（CPU）
- (3) 图形处理器（GPU）

4.2.2 液晶面板供应商

- (1) 液晶面板
- (2) 触摸IC芯片

4.2.3 存储供应商

4.3 平板电脑行业品牌及系统软件提供商分析

4.3.1 品牌制造商

4.3.2 操作系统平台提供商

- (1) 苹果iOS
- (2) Android
- (3) Windows
- (4) WebOS
- (5) MeeGo

4.3.3 应用软件开发商

- (1) Android、iOS成为开发商主战场
- (2) 传统软件开发商加入
- (3) 休闲游戏和基于移动互联网的客户端受宠
- (4) 在线商店盈利模式成熟
- (5) 软件开发商营销模式转变
- (6) 盗版问题不利于产业发展

4.4 平板电脑行业合作运营商分析

4.4.1 电信运营商

- (1) 国际市场3G运营商
- (2) 国内市场3G运营商

4.4.2 服务供应商

- (1) 应用商店提供商
- (2) 信息提供类服务商

- (3) 应用开发类服务商
- (4) 移动社交服务供应商
- (5) 云端应用类服务商
- (6) 数字阅读内容供应商

4.4.3 渠道商

- (1) 品牌专卖店
- (2) 差异化消费者需求新的渠道模式

4.4.4 周边设备制造商

- (1) 高利润的iPad配件
- (2) “MFI”认证体系
- (3) 配件产品及其分类
- (4) 参与者与竞争格局

第五章 平板电脑用户应用需求调查

5.1 中国平板电脑典型用户应用需求

5.1.1 平板电脑用户特征

- (1) 用户基本属性分析
- (2) 用户需求共性特征
- (3) 调查结果分析

5.1.2 平板电脑外观需求

- (1) 尺寸
- (2) 颜色
- (3) 外形
- (4) 调查结果分析

5.1.3 平板电脑价格需求

- (1) 心理价位段
- (2) 配件价格需求分布
- (3) 软件价格需求分布
- (4) 调查结果分析

5.1.4 平板电脑硬件应用需求

- (1) 处理器
- (2) 显示屏

- (3) 续航能力
- (4) 存储
- (5) 外设
- (6) 影音支持能力
- (7) 游戏支持能力
- (8) 网络支持能力
- (9) 调查结果分析

5.1.5 平板电脑软件应用需求

- (1) 操作系统
- (2) 生活应用软件
- (3) 办公应用软件
- (4) 网络辅助
- (5) 调查结果分析

5.1.6 平板电脑创新应用需求

- (1) 平板电脑创新应用
- (2) 调查结果分析

5.2 平板电脑厂商与产品评价

5.2.1 主要厂商概述

- (1) 国际厂商
- (2) 国内厂商

5.2.2 主流产品概述

5.2.3 产品评价

5.2.4 产品推荐

- (1) 综合竞争力推荐产品
- (2) 娱乐应用竞争力推荐产品
- (3) 商务应用竞争力推荐产品

5.3 用户需求主导的产品建议

5.3.1 硬件建议

- (1) 注意工业设计，贴近时尚潮流
- (2) 配置丰富接口，满足扩充需求
- (3) 开发丰富外设，提升外设品质
- (4) 紧抓上游供给，把握性价比优势

5.3.2 软件建议

- (1) 开发创新应用软件，增加用户使用黏性
- (2) 开发支付功能软件，加强与第三方支付合作

5.3.3 服务建议

- (1) 加强服务体系建设，提高服务质量
- (2) 加强服务创新，提供增值服务

5.3.4 渠道建议

- (1) 多渠道齐推进，重点建设专营店
- (2) 关注用户细分，注重营销策略

5.3.5 应用创新建议

- (1) 避免同质竞争，重视创新应用
- (2) 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

6.1 平板电脑行业国际厂商领先品牌分析

6.1.1 苹果

- (1) 企业概况
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业经营借鉴意义

6.2 平板电脑行业国内厂商领先品牌分析

6.2.1 宏基

- (1) 企业概况
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业商业模式分析

第七章 平板电脑行业投资分析与趋势预测

7.1 平板电脑行业投资分析

7.1.1 平板电脑行业投资特性分析

- (1) 行业进入壁垒分析
- (2) 行业盈利模式分析
- (3) 行业盈利因素分析

7.1.2 平板电脑行业投资风险分析

- (1) 行业政策风险
- (2) 行业供求风险
- (3) 市场竞争风险
- (4) 宏观经济波动风险
- (5) 其他风险

7.1.3 平板电脑行业投资机会分析

7.2 平板电脑行业影响因素及竞争分析

7.2.1 行业发展影响因素分析

- (1) 有利因素
- (2) 不利因素

7.2.2 平板电脑的重要竞争市场

- (1) MID市场
- (2) 电子书市场
- (3) 智能手机市场
- (4) 笔记本电脑市场
- (5) 上网本市场

7.2.3 平板电脑行业竞争结构波特五力模型分析

- (1) 现有竞争者之间的竞争
- (2) 关键要素的供应商议价能力分析
- (3) 消费者议价能力分析
- (4) 行业潜在进入者分析
- (5) 替代品风险分析

7.3 平板电脑行业发展趋势及前景预测

7.3.1 行业发展趋势预测

- (1) 市场格局发展趋势分析
- (2) 产品创新发展趋势分析
- (3) 内容需求发展趋势分析
- (4) 市场拓展区域及渠道发展趋势分析
- (5) 应用市场及盈利发展趋势分析

7.3.2 行业发展前景预测

- (1) 行业用户市场容量预测
- (2) 行业市场规模预测

7.4 平板电脑行业投资建议

7.4.1 平板电脑行业投资价值

7.4.2 平板电脑行业投资建议

部分图表目录：

图表1：平板电脑与手机、笔记本电脑的优缺点对比

图表2：平板电脑品牌制造商原主要业务类型分布

图表3：用户获取平板电脑应用程序的渠道分布

图表4：2019年中国平板电脑市场新增品牌数

图表5：2019年中国平板电脑与其他PC新品增长率对比

图表6：2019年全球PC出货量及增长率情况

图表7：2019年全球平板电脑占PC产业出货量比例情况

图表8：2019年中国PC出货量及增长率情况

图表9：2019年中国平板电脑占PC产业出货量比例情况

图表10：2019年中国平板电脑市场品牌关注比例分布

图表11：2019年中国平板电脑市场不同屏幕尺寸产品数量占比分布

图表12：2019年中国平板电脑市场不同屏幕分辨率产品数量占比分布

图表13：2019年中国平板电脑市场不同操作系统产品数量占比分布

图表14：2019年中国平板电脑市场不同存储容量产品数量占比分布

图表15：2019年中国平板电脑市场不同价位段产品数量与关注度对比

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/225488.html>