

2013-2018年中国平板电脑市场深度分析与投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2018年中国平板电脑市场深度分析与投资前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/141436.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

据统计：2012年全球平板电脑出货量达到1亿2830万台，较上一年增长78%。预计2013年将增至1亿9090万台，2014年将达到2亿3630万台。另一方面，从2012年的个人计算机出货量来看，台式计算机为1亿4840万台，而笔记本计算机为2亿200万台。2013年以后仍然难以迎来大幅增长。平板计算机有望在2013年超越台式计算机，2014年将超越笔记本计算机。

近两年来，我国国产平板电脑市场呈现快速增长的态势：2011年国产平板电脑产量仅为1400万台，2012年，国产平板电脑出货量超过4000万台，预计2013年，这个数字将增长至6500万台，在2年内，国产平板电脑产量将翻两番还不止。目前国产平板电脑的销售以出口为主，面对的主要是海外礼品市场，容易受到海外市场的影响。而且在用户体验上，与苹果、亚马逊等国际一线平板厂商的产品尚存在较大差距。

《2013-2018年中国平板电脑市场深度分析与投资前景预测报告》旨在为投资者或企业管理者提供一个关于平板电脑产品的投资及其市场前景的深度分析，为投资者和企业管理人传递正确的投资经营理念和选择，提供一个中立、全面的投资指南手册，为平板电脑产品市场投资提供一个可供参照的标准。从而可以科学的帮助企业取得较高的收益。报告在全面系统分析平板电脑产品市场的基础上，按照专业的投资评估方法，站在第三方角度客观公正地对平板电脑产品的投资进行评价。为企业的投资决策提供了重要的依据。

本报告详述了平板电脑产品的行业概况、市场发展现状及平板电脑产品市场发展预测（未来五年市场供需及市场发展趋势），并且在研究平板电脑市场竞争、原材料、客户分析的基础上，对平板电脑行业投资前景及投资价值进行了研究，并提出了我们对平板电脑产品投资的建议。

本报告以定量研究为主，定量与定性研究相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息，采用统计图表等多种形式将研究成果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度保证了报告内容的系统性和完整性，为企业的发展和对平板电脑的投资提供了决策依据。

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、全球宏观环境分析

二、国内宏观环境分析

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

二、互联网技术发展分析

三、多点触控技术发展分析

第二章 2012-2013年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

二、全球平板电脑市场链分析

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

一、2013年发展趋势预测

二、2013-2018年发展趋势预测

（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 2013年中国平板电脑市场发展分析

第一节 中国平板电脑市场发展概况

一、2012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、中国市场与全球市场差异

（一）苹果雄霸中国平板电脑市场

（二）2012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 2013年中国平板电脑市场发展现状分析

一、市场规模分析

二、品牌结构分析

三、产品结构分析

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 2013年中国平板电脑产业生态链分析

第一节 平板电脑行业产业生态链构成分析

第二节 平板电脑行业配件提供商分析

一、芯片类供应商

二、液晶面板供应商

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

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
- 二、服务供应商
- 三、渠道商
- 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 2013年我国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

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 2013年平板电脑行业领先品牌分析

第一节 苹果

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析

第二节 三星

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析

第三节 宏基

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析

第四节 联想

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析

第七章 2013-2018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
- 二、平板电脑行业投资风险分析
- 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
- 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

第三节 平板电脑行业发展趋势及前景预测

一、行业发展趋势预测

二、行业发展前景预测

第四节 平板电脑行业投资建议

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：<https://www.huaon.com/detail/141436.html>