

2013-2017年平板电脑市场调查及未来前景预测报告

研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年平板电脑市场调查及未来前景预测研究报告》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/128309.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

2012年第二季度全球平板市场较2011年同比增长了66.2%。2011年第一季度全球平板电脑出货量是1870万，第二季度增长了33%，达2500万台，较去年同期增长了66.2%。预计平板电脑2012年的出货量到1.074亿台。预计2013年全球平板电脑出货量为1.428亿台。预计到2016年，全球平板电脑的出货量将达到2.221亿台。

在国内，2011年下半年零售价100美金以内的低价平板电脑引发了国产平板电脑出货量第一波的迅速增长。预计到2012年全年国产平板电脑出货量突破4000万台，是2011年总出货量的3倍。到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。虽然从数量上看非常乐观，但是业界也认为存在着很多的问题。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。

受平板电脑发展前景的吸引，不论跨国还是本土企业，都在加快平板电脑的市场布局。各大PC厂商、手机厂商、芯片厂商、家电厂商、数码厂商等纷纷开始涉足这一新兴市场，相继推出自己的平板电脑产品。据不完全统计，中国市场上已出现约多个品牌的平板电脑。群雄割据的局面使得市场竞争日益白热化。

在平板电脑的市场销售中，用户需求决定了产品的发展方向。因此，结合用户需求来看，在硬件方面，时尚元素的注入是发展方向;在软件方面，应用软件的创新是挣脱同质化竞争的突破口;而在产品应用方面，商务性的产品终将超过娱乐性的产品成为未来发展的主流。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年平板电脑市场调查及未来前景预测研究报告》共七章。首先介绍了中国平板电脑行业的概念，接着分析了中国平板电脑行业发展环境，然后对中国平板电脑行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国平板电脑行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国平板电脑行业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

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) 2012年国际宏观经济运行情况

(二) 2013-2017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) 2012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

(二) 技术发展趋势

二、互联网技术发展分析

(一) 技术发展现状

(二) 技术发展趋势

三、多点触控技术发展分析

(一) 技术发展现状

(二) 技术发展趋势

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) 2011年全球平板电脑出货量
- (二) 2012年全球平板电脑出货量
- (三) 2012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

一、2012年发展趋势预测

- (一) 2012年平板电脑销量预测
- (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、2013-2017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 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、中国市场与国际市场差异

- (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 2012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
- (三) 发展趋势

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

(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 2012-2012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

一、行业发展趋势预测

- (一) 市场格局发展趋势分析
- (二) 产品创新发展趋势分析
- (三) 内容需求发展趋势分析
- (四) 市场拓展区域及渠道发展趋势分析
- (五) 应用市场及盈利发展趋势分析

二、行业发展前景预测

- (一) 行业用户市场容量预测
- (二) 行业市场规模预测

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

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

通过《2013-2017年平板电脑市场调查及未来前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/128309.html>