



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年中国平板电脑市场 供需分析及投资趋势研究报告

# 一、调研说明

《2012-2016年中国平板电脑市场供需分析及投资趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/211790.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.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、摘要、目录、图表

### 第一章、平板电脑概述

#### 第一节、平板电脑的概念阐释

- 一、平板电脑的定义
- 二、平板电脑的操作系统
- 三、平板电脑的产生及历史

#### 第二节、平板电脑的特点介绍

- 一、平板电脑的主要特点
- 二、平板电脑的优点
- 三、平板电脑的缺点

#### 第三节、平板电脑的常见类型

- 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

### 第二章、世界平板电脑的发展

#### 第一节、全球平板电脑产业逐渐兴起

- 一、初期
- 二、发展期
- 三、现阶段

#### 第二节、全球平板电脑市场状况综述

- 一、全球平板电脑市场发展现状
- 二、平板电脑抢夺传统电脑用户
- 三、全球平板电脑市场品牌格局
- 四、全球平板电脑市场份额分布

#### 第三节、2010-2011年全球品牌电脑市场发展

- 一、2010年平板电脑在全球市场崛起
- 二、2010年全球平板电脑出货量概况
- 三、2010年全球平板电脑市场品牌占有率变化
- 四、2011年全球平板电脑市场分析

#### 第四节、全球平板电脑产业链现状分析

- 一、上游配件供应商
- 二、品牌制造商
- 三、操作系统平台商
- 四、应用软件开发商
- 五、电信运营商
- 六、服务供应商
- 七、渠道商
- 八、周边设备制造商

### 第三章、中国平板电脑市场发展环境分析

#### 第一节、宏观经济走势

- 一、2009年中国经济发展状况
- 二、2010年中国经济发展状况
- 三、2011年中国经济发展状况
- 四、2012年第一季度经济概况

#### 第二节、需求市场规模

- 一、中国人口规模现状
- 二、中国计算机普及现状
- 三、中国网民规模现状

#### 第三节、计算机行业现状

- 一、2008年中国计算机行业运行状况
- 二、2009年中国计算机行业运行状况
- 三、2010年中国计算机行业运行状况
- 四、2011年中国计算机行业运行状况

### 第四章、中国平板电脑产业市场综述

#### 第一节、中国平板电脑市场发展现状

- 一、中国平板电脑市场整体概况
- 二、中国平板电脑产业市场规模
- 三、中国平板电脑市场竞争激烈
- 四、中国平板电脑产业基地启动

## 第二节、中国平板电脑市场与国际市场差异

- 一、硬件成本
- 二、网络环境
- 三、市场结构

## 第三节、国产平板电脑品牌发展概述

- 一、国产品牌纷纷进军平板电脑市场
- 二、国产平板电脑处境尴尬
- 三、国产平板电脑品牌缺乏竞争力
- 四、国内平板电脑市场洗牌难免

## 第四节、中国平板电脑市场的问题及建议

- 一、国产平板电脑产品两极分化
- 二、中国平板电脑市场混乱无序
- 三、中国平板电脑市场标准缺失
- 四、平板电脑应立足本土加强研发投入

## 第五章、2010-2011年中国平板电脑市场分析

### 第一节、2010年中国平板电脑市场分析

- 一、市场走势及特点
- 二、市场规模及份额
- 三、产品结构及关注度
- 四、厂商竞争态势

### 第二节、2011年上半年中国平板电脑市场分析

- 一、市场规模及格局
- 二、品牌及产品关注度
- 三、市售产品数量
- 四、产品均价走势

### 第三节、2011年下半年中国平板电脑市场分析

- 一、市场发展态势
- 二、品牌关注度
- 三、产品关注度
- 四、市场均价小幅上涨

## 第六章、中国平板电脑市场结构分析

### 第一节、品牌结构

- 一、品牌集中度较高苹果一家独大
- 二、消费者对其他品牌认知度较低
- 三、品牌市场排名变动走势概况
- 四、众多品牌涌入使品牌集中度下滑

### 第二节、产品结构

- 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

### 第三节、价格结构

- 一、2010年不同价格段产品关注比例
- 二、2011年不同价格段产品关注比例
- 三、主流价位段产品关注比例走势
- 四、2000元以下产品数量最多

### 第四节、用户结构

- 一、用户性别结构
- 二、用户年龄结构
- 三、用户受教育程度结构
- 四、用户月可支配收入结构
- 五、用户所在地区结构
- 六、用户所属行业结构
- 七、用户职业结构
- 八、用户职位结构

## 第七章、中国平板电脑市场产业链分析

### 第一节、上游配件供应商

- 一、芯片类供应商
- 二、液晶面板供应商
- 三、存储供应商

### 第二节、品牌制造商

- 一、市场品牌众多
- 二、品牌市场份额比例
- 三、品牌关注度

### 第三节、操作系统平台提供商

- 一、苹果iOS
- 二、Android
- 三、Windows
- 四、WebOS
- 五、MeeGo

### 第四节、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

### 第五节、电信运营商

- 一、3G网络支撑平板电脑发展
- 二、国际市场3G运营商
- 三、国内市场3G运营商

### 第六节、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

### 第七节、渠道商

- 一、购买渠道类型
- 二、购买渠道分布
- 三、品牌专卖店是主要渠道
- 四、新的渠道模式有待发掘

## 第八节、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

## 第八章、中国平板电脑市场品牌制造商分析

### 第一节、宏碁（Acer）

- 一、企业概况
- 二、平板电脑产品结构
- 三、关注状况

### 第二节、爱国者（Aigo）

- 一、企业概况
- 二、平板电脑产品结构
- 三、关注状况

### 第三节、苹果（Apple）

- 一、企业概况
- 二、平板电脑产品结构
- 三、关注状况

### 第四节、华硕（ASUS）

- 一、企业概况
- 二、平板电脑产品结构
- 三、关注状况

### 第五节、戴尔（DELL）

- 一、企业概况
- 二、平板电脑产品结构
- 三、关注状况

### 第六节、汉王（HanWang）

- 一、企业概况
- 二、平板电脑产品结构
- 三、关注状况

### 第七节、惠普（HP）

- 一、企业概况
- 二、平板电脑产品结构
- 三、关注状况

#### 第八节、联想（Lenovo）

- 一、企业概况
- 二、平板电脑产品结构
- 三、关注状况

#### 第九节、万利达（Malata）

- 一、企业概况
- 二、平板电脑产品结构
- 三、关注状况

#### 第十节、摩托罗拉（MOTO）

- 一、企业概况
- 二、平板电脑产品结构
- 三、关注状况

#### 第十一节、RIM

- 一、企业概况
- 二、平板电脑产品结构
- 三、关注状况

#### 第十二节、三星（Samsung）

- 一、企业概况
- 二、平板电脑产品结构
- 三、关注状况

#### 第十三节、东芝（Toshiba）

- 一、企业概况
- 二、平板电脑产品结构
- 三、关注状况

### 第九章、平板电脑市场前景趋势分析

#### 第一节、全球平板电脑市场的前景及趋势

- 一、未来平板电脑与传统PC将独立并存
- 二、2012-2016年全球平板电脑市场走势分析

### 三、2012-2016年全球平板电脑市场规模预测

#### 第二节、中国平板电脑市场前景趋势分析

##### 一、中国平板电脑市场前景分析

##### 二、未来中国平板电脑市场影响因素分析

##### 三、未来中国平板电脑市场市场结构预测

#### 第三节、平板电脑市场发展趋势分析

##### 一、平板电脑市场未来总体趋势

##### 二、平板电脑屏幕发展趋势

##### 三、平板电脑操作系统发展趋势

##### 四、平板电脑CPU平台发展趋势

##### 五、平板电脑存储介质发展趋势

#### 图表目录：

图表 2011年平板电脑品牌制造商原主要业务类型分布

图表 2011年用户获取平板电脑应用程序的渠道分布

图表 2004-2008年我国国内生产总值及其增长速度

图表 2004-2008年我国居民消费价格涨跌幅度

图表 2008年我国居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 2004-2008年年末我国国家外汇储备

图表 2004-2008年我国税收收入及其增长速度

图表 2004-2008年我国粮食产量及其增长速度

图表 2004-2008年我国工业增加值及其增长速度

图表 2008年我国主要工业产品产量及其增长速度

图表 2008年1-11月我国规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表 2004-2008年我国建筑业增加值及其增长速度

图表 2004-2008年我国固定资产投资及其增长速度

图表 2008年我国分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表 2008年我国固定资产投资新增主要生产能力

图表 2008年我国房地产开发和销售主要指标完成情况

图表 2004-2008年我国社会消费品零售总额及其增长速度

图表 2008年我国货物进出口总额及其增长速度

图表 2008年我国主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 2008年我国主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 2008年我国对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表 2004-2008年我国货物进出口总额及其增长速度

图表 2008年我国分行业外商直接投资及其增长速度

图表 2008年我国各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表 2008年我国各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表 2008年我国全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表 2004-2008年我国城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表 2004-2008年我国农村居民人均纯收入及其增长速度

图表 2004-2008年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2005-2009年国内生产总值情况

图表 2005-2009年我国居民消费价格走势

图表 2009年我国居民消费价格涨跌幅度

图表 2005-2009年我国财政收入情况

图表 2005-2009年我国粮食产量情况

图表 2005-2009年我国工业增加值情况

图表 2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表 2009年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表 2005-2009年我国全社会固定资产投资情况

图表 2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表 2005-2009年我国社会消费品零售总额

图表 2009年货物进出口总额及其增长速度

图表 2005-2009年我国货物进出口总额

图表 2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表 2005-2009年我国城乡居民人民币储蓄存款余额

图表 2009年全国人口数及其构成情况

图表 2006-2010年国内生产总值及其增长速度

图表 2010年居民消费价格涨跌幅度（月度同比）

图表 2006-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表 2010年70个大中城市房屋及新建商品住宅销售价格涨跌幅度（月度同比）

图表 2006-2010年城镇新增就业人数

图表 2006-2010年年末国家外汇储备及其增长速度

图表 2006-2010年财政收入及其增长速度

图表 2002-2010年中国网民规模与普及率

图表 2008年计算机行业与电子制造业收入增速对比情况

图表 2007-2008年计算机行业销售利润率对比情况

图表 2008年1-12月全国计算机类产品生产、出口情况

图表 2008年1-12月我国微型计算机每月生产增速情况

图表 2008年主要省市微型计算机产量比重情况

图表 2008年我国计算机行业每季度收入、利润增速情况

图表 2008年全球计算机每季度出货情况

图表 2009年主要计算机产品产量及增长情况

图表 2009年1~11月计算机行业主要经营指标情况

图表 2009年出口额前10位的电子信息产品出口情况

图表 2009年进口额前10位的电子信息产品进口情况

图表 2010年1~11月计算机行业经营指标情况

图表 2009、2010年部分行业完成投资增速对比情况

图表 2010年电子信息产业固定资产投资分行业完成情况

图表 2009年以来我国电子计算机行业累计投资额及同比增长情况

图表 2010年四大移动设备搜索关键词增长率对比

图表 2010年中国平板电脑市场新增品牌数

图表 2010年中国平板电脑与其他PC新品增长率对比

图表 2010年全球PC出货量及增长率情况

图表 2010年全球平板电脑占PC产业出货量比例情况

图表 2010年中国PC出货量及增长率情况

图表 2010年中国平板电脑占PC产业出货量比例情况

图表 2010年出品主要平板电脑产品的比较

图表 部分国产平板电脑性能比较

图表 2010年中国平板电脑市场不同价格段产品关注比例分布

图表 2010年中国平板电脑市场不同操作系统产品关注比例分布

图表 2010年中国平板电脑市场苹果、汉王关注比例走势

图表 2010年中国平板电脑市场苹果、汉王、爱国者市售产品数量对比

图表 2010年中国平板电脑市场苹果、汉王、爱国者单产品关注率对比

图表 2010年四季度-2011年一季度中国平板电脑市场销量

图表 2011年一季度中国平板电脑市场份额

图表 2011年第一季度中国平板电脑市场品牌关注比例分布

图表 2011年1-3月中国平板电脑市场苹果、三星、联想品牌关注比例走势

图表 2011年第一季度中国平板电脑市场产品关注排名

图表 2011年第一季度中国平板电脑市场最受用户关注的十五款产品及参数

图表 2011年第一季度中国平板电脑市场不同操作系统产品关注比例分布

图表 2011年1-3月中国平板电脑市场主流操作系统产品关注比例走势

图表 2011年第一季度中国平板电脑市场不同屏幕尺寸产品关注比例分布

图表 2011年第一季度中国平板电脑市场不同存储容量产品关注比例分布

图表 2011年1-3月中国平板电脑市场不同存储容量产品关注比例走势

图表 2011年1-3月中国平板电脑市场厂商数量与市售产品数量变化

图表 2011年第一季度中国平板电脑市场产品均价走势

图表 2011年4月中国平板电脑市场品牌关注比例分布

图表 2011年3-4月中国平板电脑市场品牌关注比例对比

图表 2011年4月中国平板电脑市场产品关注排名

图表 2011年4月中国平板电脑市场最受用户关注的十五款产品及参数

图表 2011年4月中国平板电脑市场不同价位段产品关注比例分布

图表 2011年4月中国平板电脑市场不同操作系统产品关注比例分布

图表 2011年4月中国平板电脑市场不同屏幕尺寸产品关注比例分布

图表 2011年4月中国平板电脑市场不同存储容量产品关注比例分布

图表 2011年2-4月中国平板电脑市场产品均价走势

图表 2010年中国平板电脑市场品牌关注比例分布

图表 2010年Q3-Q4中国平板电脑市场品牌关注排名对比

图表 2011年3月中国平板电脑市场品牌关注比例分布

图表 2010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 2011年3月中国平板电脑市场不同屏幕尺寸产品数量占比分布

图表 2010年与2011年3月中国主流屏幕尺寸平板电脑产品数量占比对比

图表 2011年3月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 2011年3月中国平板电脑市场不同操作系统产品数量占比分布

图表 2011年3月中国平板电脑市场不同存储容量产品数量占比分布

图表 2010年中国平板电脑市场不同价格段产品关注比例分布

图表 2011年第一季度中国平板电脑市场不同价位段产品关注比例分布

图表 2011年1-3月中国平板电脑市场主流价位段产品关注比例走势

图表 2011年3月中国平板电脑市场不同价位段产品数量与关注度对比

图表 2011年中国平板电脑用户性别结构

图表 2011年中国平板电脑用户年龄结构

图表 2011年中国平板电脑用户受教育程度结构

图表 2011年中国平板电脑用户月可支配收入结构

图表 2011年中国平板电脑用户所在地区结构

图表 2011年中国平板电脑用户所属行业结构

图表 2011年中国平板电脑用户职业结构

图表 2011年中国平板电脑用户职位结构

图表 移动图形芯片公司及主流图形产品列表

图表 2011年用户最青睐的平板电脑品牌比例分布

图表 2011年用户了解或关注较多的平板电脑产品

图表 2011年用户感兴趣的平板电脑应用软件类别分布

图表 2011年用户对带3G功能的平板电脑选择情况

图表 2011年用户对国内运营商定制的平板电脑选择情况

图表 2011年平板电脑用户选择的购买渠道分布

图表 2011年用户选购iPad相应配件比例分布

图表 宏碁平板电脑产品及对应主要参数列表

图表 2010年10月-2011年3月宏碁平板电脑品牌关注比例走势

图表 2011年宏碁平板电脑产品关注比例分布

图表 爱国者平板电脑产品及对应主要参数列表

图表 2010年7月-2011年3月爱国者平板电脑品牌关注比例走势

图表 2011年爱国者平板电脑产品关注比例分布

图表 苹果平板电脑产品及对应主要参数列表

图表 2010年7月-2011年3月苹果平板电脑品牌关注比例走势

图表 2011年苹果平板电脑产品关注比例分布

图表 华硕平板电脑产品及对应主要参数列表

图表 2010年10月-2011年3月华硕平板电脑品牌关注比例走势

图表 2011年华硕平板电脑产品关注比例分布

图表 戴尔平板电脑产品及对应主要参数列表

图表 2010年9月-2011年3月戴尔平板电脑品牌关注比例走势

图表 2011年戴尔平板电脑产品关注比例分布

图表 汉王平板电脑产品及对应主要参数列表

图表 2010年7月-2011年3月汉王平板电脑品牌关注比例走势

图表 2011年汉王平板电脑产品关注比例分布

图表 惠普平板电脑产品及对应主要参数列表

图表 2010年7月-2011年3月惠普平板电脑品牌关注比例走势

图表 2011年惠普平板电脑产品关注比例分布

图表 联想平板电脑产品及对应主要参数列表

图表 2010年11月-2011年3月联想平板电脑品牌关注比例走势

图表 2011年联想平板电脑产品关注比例分布

图表 万利达平板电脑产品及对应主要参数列表

图表 2010年8月-2011年3月万利达平板电脑品牌关注比例走势

图表 2011年万利达平板电脑产品关注比例分布

图表 摩托罗拉平板电脑产品及对应主要参数列表

图表 2010年12月-2011年3月摩托罗拉平板电脑品牌关注比例走势

图表 2011年摩托罗拉平板电脑产品关注比例分布

图表 RIM平板电脑产品及对应主要参数列表

图表 2011年2月-3月RIM平板电脑品牌关注比例走势

图表 2011年RIM平板电脑产品关注比例分布

图表 三星平板电脑产品及对应主要参数列表

图表 2010年9月-2011年3月三星平板电脑品牌关注比例走势

图表 2011年三星平板电脑产品关注比例分布

图表 东芝平板电脑产品及对应主要参数列表

图表 2010年9月-2011年3月东芝平板电脑品牌关注比例走势

图表 2011年东芝平板电脑产品关注比例分布

图表 2005-2013年台式电脑、笔记本电脑、智能手机、平板电脑全球出货量状况及预测

图表 苹果iPad 2搭载32GB NAND闪存芯片

图表 搭载16GB NAND闪存的联想乐Pad平板机

图表 三星GALAXY Tab搭载16GB NAND闪存芯片

图表 搭载SATA硬盘的汉王TouchPad平板机

图表 长城Gbook T3采用320GB SATA硬盘

图表 部分平板电脑采用了普通SATA硬盘

图表 SSD固态硬盘渐渐在平板电脑上采用

图表 高端平板电脑开始广泛搭载SSD固态硬盘

图表 32GB低容量SSD硬盘开始普遍出现

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/211790.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。