

2011-2015年中国平板电脑行业市场全景调查及投资方向研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2011-2015年中国平板电脑行业市场全景调查及投资方向研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jisuanji/113591113591.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

目录

第一章 平板电脑相关概述及环境分析	1
第一节 平板电脑相关概述	1
第二节 2009-2010年中国宏观经济环境分析	3
一、中国GDP分析	3
二、城乡居民家庭人均可支配收入分析	7
三、全社会固定资产分析	7
四、进出口总额及增长率分析	9
五、社会消费品零售总额	17
第三节 2009-2010年中国平板电脑政策分析	19
一、平板电脑相关管理部门	19
二、平板电脑政策法规分析	21
三、平板电脑行业标准分析	23
第二章 2009-2010年世界平板电脑现状及趋势预测	24
第一节 世界平板电脑概述	24
第二节 2009-2010年世界平板电脑市场格局分析	25
一、世界平板电脑市场消费分析	25
二、世界平板电脑市场格局分析	25
第三节 2010-2015年世界平板电脑市场走势预测分析	29
第三章 2009-2010年我国平板电脑运行态势分析	41
第一节 2009-2010年中国平板电脑行业市场综述	41
一、平板电脑市场供给分析	41
二、平板电脑市场需求分析	41
三、平板电脑市场供需特点分析	42
第二节 2009-2010年中国平板电脑行业市场运作态势分析	42
一、平板电脑市场品牌分析	42
二、平板电脑趋势分析	43
第四章 2009-2010年我国平板电脑运行特性分析	44
第一节 平板电脑经营模式分析	44
第二节 平板电脑进入壁垒分析	45
第三节 平板电脑的周期性特征分析	45
第四节 平板电脑SWOT分析	47
第五章 我国平板电脑上下游关联分析	49

- 第一节 2009-2010年中国平板电脑上游分析 49
- 第二节 2009-2010年中国平板电脑下游分析 50
- 第三节 2010-2014年中国平板电脑上下游关联性分析 51
- 第六章 2009-2010年我国平板电脑国内市场竞争格局 52
- 第一节 2009-2010年中国平板电脑行业竞争现状分析 52
 - 一、平板电脑技术现状分析 52
 - 二、平板电脑行业生产成本分析 52
 - 三、平板电脑市场价格竞争分析 53
- 第二节 2009-2010年中国平板电脑行业集中度分析 54
 - 一、平板电脑集中度分析 54
 - 二、平板电脑市场集中度分析 54
- 第三节 2009-2010年中国平板电脑企业提升竞争力策略分析 55
- 第七章 我国平板电脑优势企业经营状况及竞争力分析 56
- 第一节 联想集团 56
 - 一、企业简介 56
 - 二、企业经营状况及竞争力分析 59
- 第二节 汉王科技股份有限公司 61
 - 一、企业简介 61
 - 二、企业经营状况及竞争力分析 63
- 第三节 华为技术有限公司 68
 - 一、企业简介 68
 - 二、企业经营状况及竞争力分析 69
- 第四节 中国长城计算机深圳股份有限公司 71
 - 一、企业简介 71
 - 二、企业经营状况及竞争力分析 76
- 第五节 中兴通讯公司 80
 - 一、企业简介 80
 - 二、企业经营状况及竞争力分析 81
- 第六节 北京华旗资讯科技发展有限公司 82
 - 一、企业简介 82
 - 二、企业经营状况及竞争力分析 85
- 第八章 2010-2015年我国平板电脑前景分析 88
- 第一节 2010-2015年中国平板电脑趋势分析 88
- 第二节 2010-2015年中国平板电脑市场预测分析 90
 - 一、市场供给预测分析 90

二、产品需求预测分析 94

三、进出口预测分析 94

第三节2010-2015年中国平板电脑市场盈利预测分析 94

第九章 我国平板电脑风险分析及策略建议 96

第一节 2010-2015年中国平板电脑环境分析 96

第二节 2010-2015年中国平板电脑风险分析 96

第三节 2010-2015年中国平板电脑策略建议 98

图表目录：

图表 1：滑盖平板电脑 1

图表 2：直板平板电脑 2

图表 3：2008-2010年我国国内生产总值 3

图表 4：2008-2010年我国工业增加值增长速度 6

图表 5：2008-2010年我国城镇固定资产投资 8

图表 6：2008-2010年我国海关进出口增减情况一览表 9

图表 7：2008-2010年我国社会消费品零售总额 17

图表 8：平板电脑相关政府职能部门 19

图表 9：平板电脑相关行业协会 20

图表 10：2008-2015年美国市场电脑趋势 29

图表 11：平板电脑品牌地域分布图 30

图表 12：CES2011平板电脑的主要参展商 31

图表 13：平板电脑品牌类型分布图 31

图表 14：各种系统的平板电脑数量占比 32

图表 15：本届CES华硕同时发布四款平板电脑，倍受瞩目 32

图表 16：平板电脑的各种处理器占比 33

图表 17：在CES展出的平板电脑的无线模式 34

图表 18：14英寸的宏碁Iconia双屏电脑 35

图表 19：屏幕可旋转的戴尔Inspiron Duo 35

图表 20：内置键盘的Southern Telecom平板 35

图表 21：如同卷轴一般的华硕透明概念平板 36

图表 22：平板电脑的各种存储空间占比 36

图表 23：戴尔Steak系列平板电脑 37

图表 24：2011年平板电脑的价位分布 37

图表 25：联想乐Pad充满创意的设计令人赞赏 38

图表 26：苹果iPad 2 39

图表 27：2011-2015年我国自主品牌平板电脑产量预测 41

- 图表 28 : 2011-2015年我国平板电脑需求量预测 42
- 图表 29 : 平板电脑的生命周期分析 46
- 图表 30 : 操作系统比较 49
- 图表 31 : ThinkPad? X系列 58
- 图表 32 : 联想集团重要财务指标 59
- 图表 33 : 联想集团综合损益表 60
- 图表 34 : 汉王科技股份有限公司主营业务构成 63
- 图表 35 : 汉王科技股份有限公司每股指标 65
- 图表 36 : 汉王科技股份有限公司获利能力 66
- 图表 37 : 汉王科技股份有限公司经营能力 66
- 图表 38 : 汉王科技股份有限公司偿债能力 66
- 图表 39 : 汉王科技股份有限公司资本结构 67
- 图表 40 : 汉王科技股份有限公司发展能力 67
- 图表 41 : 汉王科技股份有限公司现金流量分析 67
- 图表 42 : S7 68
- 图表 43 : 财务概要 69
- 图表 44 : Gpad R3 73
- 图表 45 : Gpad E2 74
- 图表 46 : Gbook T3 75
- 图表 47 : 中国长城计算机深圳股份有限公司主营业务构成 76
- 图表 48 : 中国长城计算机深圳股份有限公司每股指标 77
- 图表 49 : 中国长城计算机深圳股份有限公司获利能力 77
- 图表 50 : 中国长城计算机深圳股份有限公司经营能力 78
- 图表 51 : 中国长城计算机深圳股份有限公司偿债能力 78
- 图表 52 : 中国长城计算机深圳股份有限公司资本结构 78
- 图表 53 : 中国长城计算机深圳股份有限公司发展能力 79
- 图表 54 : 中国长城计算机深圳股份有限公司现金流量分析 79
- 图表 55 : V9 81
- 图表 56 : 中兴通讯主要财务指标 81
- 图表 57 : 爱国者E700 84
- 图表 58 : 北京华旗资讯数码科技有限公司经营状况分析 85
- 图表 59 : 北京华旗资讯数码科技有限公司盈利能力分析 87
- 图表 60 : 北京华旗资讯数码科技有限公司经营能力分析 87
- 图表 61 : 2010年Q4以后非苹果平板电脑比例显著提升 89
- 图表 62 : 平板电脑市场主要产品参数对比 90

图表 63 : 2010-2015年我国平板电脑市场规模预测 94

图表 64 : 2010-2015中国平板电脑市场盈利预测 95

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jisuanji/113591113591.html>