

中国交互平板行业发展趋势分析与投资前景研究 报告（2023-2030年）

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《中国交互平板行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202311/673724.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、行业基本概述

交互平板是一种工业用品，是一种新型的平板产品，指以替代传统单向\被动收看的商务大尺寸显示器/投影机为基本目的；以工业级别高品质，适合近距离观看、操作的液晶屏为载体；以多点红外、光学等交互触控、书写技术为支撑；高度集成书写\批注\触控\无线通讯\无线互动\系统互联\远程数据交互等功能，脱离传统枯燥的鼠标操控方式，为用户提供主动\双向的人机交互体验，实现“让一切操作回归自然”的互动液晶平板产品。

交互平板涵盖了侧重内置PC系统功能表现的“交互智能平板”，也兼顾了侧重后台软件平台构建的“交互云平板”，并包容了侧重解决会议室信号无线传输、处理的“无线交互平板”。功能高度集成的交互平板，为使用用户带来的价值体现为：

资料来源：观研天下整理

和传统的显示设备相比，交互平板不仅仅提供更清晰的视觉体验，也提供人机互动、远程数据交换、无线通讯等新功能，常被用于教育、办公、医疗等场景。

二、行业市场发展情况

1、2022年是交互平板行业的转折年，市场进入快速下滑轨道

2022年以前我国交互平板行业市场不断增长，尤其是2020-2021年受新冠疫情导致的“远程教学”和“远程商务”活动的增加，特别是2020年下半年到2021年上半年形成了一个“透支型”需求高峰，使得市场高速增长。2020年我国大陆交互平板市场出货量达169.4万台，同比上升12.7%。2021年我国大陆大尺寸交互平板出货总量突破200万，达到202万台，同比增长19.3%。

但2022年后，交互平板市场不仅结束了此前的高速增长，而且进入快速下滑轨道。数据显示，2022年我国大陆大尺寸交互平板出货总量为144万台，同比2021年下降28.9%，同比2020年下降15.1%。

进入2023年，国内交互平板整体市场规模继续下探，但跌幅收窄（主要是因为头部品牌面对尚未恢复的市场元气，不约而同采取了让利换量的策略来刺激市场释放需求，头部品牌加入价格竞争后，长尾品牌无力接招，市场秩序和供需节奏逐渐平稳）。数据显示，截至2023年9月，我国大陆大尺寸交互平板的前三个季度累计出货量达到95.5万台，同比下降13.6%，较2022年收窄15.3个百分点。

数据来源：观研天下整理

2、应用场景依旧以教育市场为主

交互平板根据应用场景分为教育交互平板（E-IB，Educational Interactive Board）和商用交互平板（C-IB，Corporate Interactive Board）。其中教育市场是目前交互平

板主要应用市场。数据显示，2022年我国教育交互平板出货量为99.6万台，同比2021年下降26.6%，占交互平板总出货量的69.2%；商用交互平板的出货量为44.3万台，同比2021年下降33.3%，占交互平板总出货量的30.85。2023年9月我国教育平板出货量为43.9万台，同比下降0.6%，占交互平板总出货量的82.4%；商用平板出货量为9.4万台，同比下降12.7%，占交互平板总出货量的17.6%。

数据来源：观研天下整理

伴随着近年来政府发布的一系列政策文件，例如《中国教育现代化 2035 规划》、《新一代人工智能发展规划》、《高等学校人工智能创新行动计划》、《教育信息化 2.0行动计划》等，推动了教育信息化的步步深入。由于国内学校以公立学校为主（占比80%），教育领域交互智能平板需求主要来源于 G 端。但2019年后，中央专项资金投入和地方财政投入趋缓，国内教育市场交互平板逐渐饱和，2021年学历教育教室多媒体渗透率超过 70%，K12阶段教室多媒体渗透率高于中职、高教（60%左右）。

目前教育平板分为液晶黑板和液晶白板。其中受到液晶黑板的替代，近年来液晶白板销量不断下降，2023年第三季度出货量为25.9万台，同比下降了9.1%，但依然占据了整体教育市场的最大比重59.1%，比2022年同期减少了5.5个百分点。而对于“黑板白板”的需求明显饱和，如果没有大规模换新的需求释放，短期看教育市场仍将承压。

教育液晶黑板的采购需求在第三季度大量释放，出货17.8万台，同比上升17.3%，在教育市场的市占率同比上升6.2个百分点来到40.4%。尺寸方面，开始向86寸集中，规模和结构的集中将更有利于调控市场价格，进一步挤占竞品空间。

目前我国教育平板市场的集中度越来越高。根据数据显示，2023年第三季度，希沃、鸿合、海信、安道、海康威视等前五名品牌的合并市占率（CR5）相较第二季度提升了1.5个百分点，接近80%。绝对的领跑者希沃市占接近58%，同比增长5.2个百分点。（WW）

注：上述信息仅作参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国交互平板行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局

，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国交互平板行业发展概述

第一节交互平板行业发展情况概述

一、交互平板行业相关定义

二、交互平板特点分析

三、交互平板行业基本情况介绍

四、交互平板行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、交互平板行业需求主体分析

第二节中国交互平板行业生命周期分析

一、交互平板行业生命周期理论概述

二、交互平板行业所属的生命周期分析

第三节交互平板行业经济指标分析

一、交互平板行业的赢利性分析

二、交互平板行业的经济周期分析

三、交互平板行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球交互平板行业市场发展现状分析

第一节全球交互平板行业发展历程回顾

第二节全球交互平板行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲交互平板行业地区市场分析

一、亚洲交互平板行业市场现状分析

二、亚洲交互平板行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲交互平板行业市场前景分析

第四节北美交互平板行业地区市场分析

一、北美交互平板行业市场现状分析

二、北美交互平板行业市场规模与市场需求分析

三、北美交互平板行业市场前景分析

第五节 欧洲交互平板行业地区市场分析

一、欧洲交互平板行业市场现状分析

二、欧洲交互平板行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲交互平板行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界交互平板行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球交互平板行业市场规模预测

第三章 中国交互平板行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对交互平板行业的影响分析

第三节 中国交互平板行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对交互平板行业的影响分析

第五节 中国交互平板行业产业社会环境分析

第四章 中国交互平板行业运行情况

第一节 中国交互平板行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国交互平板行业市场规模分析

一、影响中国交互平板行业市场规模的因素

二、中国交互平板行业市场规模

三、中国交互平板行业市场规模解析

第三节 中国交互平板行业供应情况分析

一、中国交互平板行业供应规模

二、中国交互平板行业供应特点

第四节 中国交互平板行业需求情况分析

一、中国交互平板行业需求规模

二、中国交互平板行业需求特点

第五节 中国交互平板行业供需平衡分析

第五章 中国交互平板行业产业链和细分市场分析

第一节 中国交互平板行业产业链综述

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、产业链运行机制
- 三、交互平板行业产业链图解

第二节 中国交互平板行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对交互平板行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对交互平板行业的影响分析

第三节 我国交互平板行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国交互平板行业市场竞争分析

第一节 中国交互平板行业竞争现状分析

- 一、中国交互平板行业竞争格局分析
- 二、中国交互平板行业主要品牌分析

第二节 中国交互平板行业集中度分析

- 一、中国交互平板行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国交互平板行业市场集中度分析

第三节 中国交互平板行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国交互平板行业模型分析

第一节 中国交互平板行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国交互平板行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国交互平板行业SWOT分析结论

第三节中国交互平板行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国交互平板行业需求特点与动态分析

第一节中国交互平板行业市场动态情况

第二节中国交互平板行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节交互平板行业成本结构分析

第四节交互平板行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国交互平板行业价格现状分析

第六节中国交互平板行业平均价格走势预测

- 一、中国交互平板行业平均价格趋势分析
- 二、中国交互平板行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国交互平板行业所属行业运行数据监测

第一节中国交互平板行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国交互平板行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国交互平板行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国交互平板行业区域市场现状分析

第一节中国交互平板行业区域市场规模分析

一、影响交互平板行业区域市场分布的因素

二、中国交互平板行业区域市场分布

第二节中国华东地区交互平板行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区交互平板行业市场分析

(1) 华东地区交互平板行业市场规模

(2) 华南地区交互平板行业市场现状

(3) 华东地区交互平板行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区交互平板行业市场分析

(1) 华中地区交互平板行业市场规模

(2) 华中地区交互平板行业市场现状

(3) 华中地区交互平板行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区交互平板行业市场分析

- (1) 华南地区交互平板行业市场规模
- (2) 华南地区交互平板行业市场现状
- (3) 华南地区交互平板行业市场规模预测

第五节 华北地区交互平板行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区交互平板行业市场分析
 - (1) 华北地区交互平板行业市场规模
 - (2) 华北地区交互平板行业市场现状
 - (3) 华北地区交互平板行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区交互平板行业市场分析
 - (1) 东北地区交互平板行业市场规模
 - (2) 东北地区交互平板行业市场现状
 - (3) 东北地区交互平板行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区交互平板行业市场分析
 - (1) 西南地区交互平板行业市场规模
 - (2) 西南地区交互平板行业市场现状
 - (3) 西南地区交互平板行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区交互平板行业市场分析
 - (1) 西北地区交互平板行业市场规模
 - (2) 西北地区交互平板行业市场现状
 - (3) 西北地区交互平板行业市场规模预测

第十一章 交互平板行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国交互平板行业发展前景分析与预测

第一节 中国交互平板行业未来发展前景分析

一、交互平板行业国内投资环境分析

二、中国交互平板行业市场机会分析

三、中国交互平板行业投资增速预测

第二节 中国交互平板行业未来发展趋势预测

第三节 中国交互平板行业规模发展预测

一、中国交互平板行业市场规模预测

二、中国交互平板行业市场规模增速预测

三、中国交互平板行业产值规模预测

四、中国交互平板行业产值增速预测

五、中国交互平板行业供需情况预测

第四节 中国交互平板行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国交互平板行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国交互平板行业进入壁垒分析

一、交互平板行业资金壁垒分析

二、交互平板行业技术壁垒分析

三、交互平板行业人才壁垒分析

四、交互平板行业品牌壁垒分析

五、交互平板行业其他壁垒分析

第二节交互平板行业风险分析

一、交互平板行业宏观环境风险

二、交互平板行业技术风险

三、交互平板行业竞争风险

四、交互平板行业其他风险

第三节中国交互平板行业存在的问题

第四节中国交互平板行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国交互平板行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国交互平板行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国交互平板行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节交互平板行业营销策略分析

一、交互平板行业产品策略

二、交互平板行业定价策略

三、交互平板行业渠道策略

四、交互平板行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202311/673724.html>