

# 2010-2011年度中国平板电脑市场发展状况调查报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2010-2011年度中国平板电脑市场发展状况调查报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/diannaoy/338477MRAJ.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

报告简介（100-200字）：

移动互联网的发展刺激人们对平板电脑等移动终端的需求，平板电脑成商务礼品新宠。平板电脑的出现改变人们的工作和生活，也给消费者提供购买商务礼品的新选择。

智研数据研究中心数据显示，2010年全球平板电脑出货量为2000万台，2011年全球平板电脑出货量的出货规模达到5400万台，环比增长170%。

### 报告目录

#### 第一章 2010-2011年全球平板电脑市场发展状况分析 9

##### 1.1 平板电脑的概念

##### 1.2 2010-2011年全球平板电脑产业环境发展状况分析

##### 1.3 2010-2013年全球平板电脑市场发展规模及预测简析

##### 1.4 2010-2011年全球平板电脑市场商业模式探讨

##### 1.5 2010-2011年苹果iPad平板电脑品牌“光环效应”分析

##### 1.6 2010-2011年全球平板电脑品牌分布地域统计分析

#### 第二章 2010-2011年中国平板电脑市场发展状况与趋势分析 14

##### 2.1 2010-2011年中国平板电脑市场状况

##### 2.2 2010-2011年中国平板电脑市场基本特点分析

##### 2.3 2010-2011年中国平板电脑市场商业模式探讨

##### 2.4 2010-2013年中国平板电脑产量规模与发展趋势调查分析

#### 第三章 2010-2011年中国平板电脑市场定性发展趋势分析 17

##### 3.1 2010-2011年中国3G平板电脑市场状况

##### 3.2 2010-2011年中国平板电脑制造市场竞争概况

##### 3.3 2010-2011年中国平板电脑品牌走势对比

##### 3.4 2010-2011年中国平板电脑产品结构整合对比

##### 3.5 2010-2011年中国运营商平板电脑市场状况分析

##### 3.6 2010-2013年中国平板电脑占个人电脑整体市场比重调查

#### 第四章 2010-2011年中国平板电脑市场整体概况调查 20

- 4.1 2010-2011年中国平板电脑市场型号价位分布调查
- 4.2 2011年中国平板电脑操作系统市场份额预测
- 4.3 2010-2011年中国平板电脑品牌市场产品屏幕尺寸结构调查
- 4.4 2010-2011年中国平板电脑品牌市场产品屏幕分辨率调查
- 4.5 2010-2011年中国平板电脑品牌市场产品处理器占比调查
- 4.6 2011年中国平板电脑品牌市场产品上网模式预测
- 4.7 2010-2011年中国平板电脑品牌市场产品各种存储空间占比调查

## 第五章 2010-2011年中国山寨平板电脑市场调研状况 27

- 5.1 2010-2011年中国山寨平板电脑市场发展状况分析
- 5.2 2010-2013年中国山寨平板电脑市场概况及规模预测
- 5.3 2010-2011年中国山寨平板电脑市场发展环境分析
- 5.4 2010-2011年中国山寨平板电脑市场发展趋势解读

## 第六章 2010-2011年中国平板电脑区域及品牌价格关注分析 30

- 6.1 2010-2011年中国平板电脑市场各省份分布结构状况调查
- 6.2 2010-2011年中国七大区域及港澳台平板电脑市场分布结构调查
- 6.3 2010-2011年中国市场平板电脑品牌排行关注
- 6.4 2010-2011年中国用户对平板电脑产品价格关注情况

## 第七章 2010-2011年中国平板电脑用户行为状况调查分析 34

- 7.1 2010-2011年中国平板电脑用户使用频次行为调查
- 7.2 2010-2011年中国平板电脑用户学历水平分布状况调查
- 7.3 2010-2011年中国平板电脑用户职业分布状况调查
- 7.4 2010-2011年中国平板电脑用户年龄结构调查
- 7.5 2010-2011年中国平板电脑用户性别结构调查
- 7.6 2010-2011年中国平板电脑用户月收入范围调查
- 7.7 2010-2011年中国平板电脑用户家庭月总收入范围

## 第八章 2010-2011年中国平板电脑用户消费习惯状况调查 40

- 8.1 2010-2011年中国平板电脑用户每周用平板电脑上网时长调查
- 8.2 2010-2011年中国平板电脑最佳使用场所分析

- 8.3 2010-2011年中国平板电脑用户上网目的调查
- 8.4 2010-2011年中国平板电脑用户平板电脑安全状况调查
- 8.5 2010-2011年中国平板电脑用户电子书阅读状况调查
- 8.6 2010-2011年中国平板电脑用户最多上网方式调查
- 8.7 2010-2011年中国平板电脑用户最愿意付费无线产品调查
- 8.8 2010-2011年中国平板电脑游戏用户情况关注调查
- 8.9 2010-2011年中国平板电脑用户平板电脑软件安装状况调查

## 第九章 2010-2011年中国消费者购买平板电脑意向状况调查分析 50

- 9.1 2010-2011年中国消费者可接受的平板电脑价格调查
- 9.2 2010-2011年中国消费者购买平板电脑意愿调查
- 9.3 2010-2011年中国消费者购买平板电脑时驱动因素调查
- 9.4 2010-2011年中国消费者购买平板电脑时影响因素调查

## 第十章 2010-2011年中国平板电脑主流品牌个案关注分析 54

- 10.1 苹果
- 10.2 汉王
- 10.3 爱国者
- 10.4 万利达
- 10.5 联想

## 图表目录

- 图 1-3 2010-2013年全球平板电脑出货量预期
- 图 1-5 成功的整体系统产生的“光环效应”
- 图 1-6 2010-2011年全球平板电脑品牌分布地域统计
- 图 2-4 2010-2013年中国平板电脑产量规模与发展趋势
- 图 3-6 2010-2013年中国平板电脑占个人电脑整体市场比重调查
- 图 4-1 2010-2011年中国平板电脑市场型号价位分布调查
- 图 4-2 2011年中国平板电脑操作系统市场份额预测
- 图 4-3 2010-2011年中国平板电脑品牌市场产品屏幕尺寸结构调查
- 图 4-4 2010-2011年中国平板电脑品牌市场产品屏幕分辨率调查
- 图 4-5 2010-2011年中国平板电脑品牌市场产品处理器占比调查

图 4-6 2011年中国平板电脑品牌市场产品上网模式预测

图 4-7 2010-2011年中国平板电脑产品各种存储空间占比调查

图 5-2 2010-2013年中国山寨平板电脑市场规模研究

图 6-1 2010-2011年中国平板电脑市场各省份分布结构状况

图 6-2 2010-2011年中国七大区域及港澳台平板电脑分布结构调查

图 6-3 2010-2011年中国市场平板电脑品牌排行关注

图 6-4 2010-2011年中国用户对平板电脑产品价格关注情况

图 7-1 2010-2011年中国平板电脑用户使用频次行为调查

图 7-2 2010-2011年中国平板电脑用户学历水平分布状况

图 7-3 2010-2011年中国平板电脑用户职业分布状况

图 7-4 2010-2011年中国平板电脑用户年龄结构调查

图 7-5 2010-2011年中国平板电脑用户性别结构

图 7-6 2010-2011年中国平板电脑用户月收入范围

图 7-7 2010-2011年中国平板电脑用户家庭月总收入范围

图 8-1 2010-2011年中国平板电脑用户每周用平板电脑上网时长调查

图 8-2 2010-2011年中国平板电脑最佳使用场所分析

图 8-3 2010-2011年中国平板电脑用户上网目的调查

图 8-4-01 2010-2011年中国平板电脑用户安全威胁接触情况调查

图 8-4-02 2010-2011年中国平板电脑用户考虑电脑安全情况调查

图 8-5 2010-2011年中国平板电脑用户电子书阅读状况调查

图 8-6 2010-2011年中国平板电脑用户最多上网方式调查

图 8-7 2010-2011年中国平板电脑用户最愿意付费无线产品调查

图 8-8-01 2010-2011年中国平板电脑游戏用户男女比例调查

图 8-8-02 2010-2011年中国平板电脑游戏用户游戏类型调查

图 8-9 2010-2011年中国平板电脑用户平板电脑软件安装状况调查

图 9-1 2010-2011年中国消费者可接受的平板电脑价格调查

图 9-2 2010-2011年中国消费者购买平板电脑意愿调查

图 9-3 2010-2011年中国消费者购买平板电脑时驱动因素调查

图 9-4 2010-2011年中国消费者购买平板电脑时影响因素调查

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diannaoyao/338477MRAJ.html>