



IDC：2019年第一季度中国平板电脑市场实现开门红，延续同比增长势头

北京，2019年5月30日——国际数据公司（IDC）最新发布的平板电脑季度跟踪报告显示，2019年第一季度中国平板电脑市场出货量约531万台，同比增长4.5%，连续四个季度保持上涨。其中Slate Tablet(传统直板式平板电脑)出货量约464万台，同比下降2.0%；Detachable Tablet(可插拔键盘平板电脑)出货量约67万台，同比大幅增长94.9%。增量主要来自苹果iPad Air的发布和华为M5 10.8寸产品的增长以及微软整体出货量的提升。

Figure 1



来源：《IDC中国季度平板市场跟踪报告，2019年第一季度》

一季度平板商用市场面临挑战。由于每年第一季度受到春节假期和政府教育行业预算尚未明确等因素影响，一直是平板商用市场表现最为冷淡的阶段。而经济大环境的严峻形势，教育行业政策的不确定性（随着青少年近视率纳入政府绩效考核，多地已实行严禁电子产品进入校园），造成2019年第一季度商机明显低于往年，商用市场出货量约120万台，同比下降9.5%。未来虽然会陆续进入各行业采购周期，但由于政府人口普查项目的推迟，预计2019年商用市场不容乐观。

一季度平板消费市场延续增长。由于苹果新品发布，华为产品持续热销，以及去年同期小米平板产品暂无出货等因素，2019年一季度平板消费市场出货量达到411万台，同比增长9.5%。目前苹果和华为新品仍处于产能爬升期，预计后续平板消费市场会保持增长。

Figure 2



来源：《IDC中国季度平板市场跟踪报告，2019年第一季度》

2019年第一季度中国平板电脑市场前五大厂商概览：

苹果：持续保持领先优势。苹果2019年一季度出货量约228万台，同比增长11.2%，占据42.9%市场份额。苹果新品受到市场欢迎，但前期备货不足，零售渠道出现缺货。未来随着产能提升，出货量将继续保持增幅。尤其是iPad Air的发布，有效带动了detachable tablet出货量的增长。随着2款新品的发布，苹果产品线布局完成，4大产品系列基本覆盖2000-10000元市场。加上iOS系统和应用环境的固有优势，苹果仍成为2000元以上消费者的首选。

华为：一季度表现喜人。华为平板出货量约144万台，同比增长12.1%，出货量市场份额占比27.1%，增量主要来自detachable tablet：M5 10.8寸和M5 Pro。由于华为平板后续将转向8寸新款产品，因此各大国包商对可插拔键盘平板电脑进行提前主动备货补量，在新款M6系列上市之前预防缺货，保证货源充足。另外春节前后，华为旗舰产品作为企业礼品采购较多。华为整体品牌的成功对旗下平板产品的拉力明显，大量消费端的用户会主动选择华为平板。华为线下品牌店的大量开设，也使华为平板成为除苹果外，在线下实体渠道最常见到的平板电脑产品；线上线下渠道的全面覆盖有效促进了销售。

小米：环比增速明显。小米的平板出货量约30万台，出货量市场份额占比5.6%。小米依靠产品性价比优势和强大米粉群体的支持，环比增长36.1%，稳居第三位。

微软：消费市场增速明显。微软平板产品出货量约15万台，同比增长61.9%，出货量市场份额占比2.8%。微软加强与京东等线上渠道合作，进行多种促销活动，效果显著，消费市场同比增长83.8%，拉动整体出货量的提升。随着用户体验的不断提升和性价比的提高，可插拔键盘平板电脑与超轻薄笔记本电脑在性能与价格上的差距逐渐缩小，未来将会有更多的行业用户(教育，金融)和消费用户选择以微软Surface为代表的可插拔键盘平板电脑作为日常办公用机。

联想：产品策略调整。联想平板出货量约13万台，同比下降48.7%，出货量市场份额占比2.4%。联想进行业务调整，未来将以商用市场和智慧教育解决方案为主要发展方向，消费平板将不再作为重点业务。

Figure 3



2019Q1中国前五大平板电脑厂商-出货量/市场份额/同比增幅					
厂商	2019Q1出货量 (单位:万台)	2019Q1 市场份额	2018Q1出货量 (单位:万台)	2018Q1 市场份额	2019Q1 同比增幅
1.苹果	228	42.9%	205	40.3%	11.2%
2.华为	144	27.1%	128	25.2%	12.1%
3.小米	30	5.6%	0	0.0%	0.0%
4.微软	15	2.8%	9	1.8%	61.9%
5.联想	13	2.4%	25	4.9%	-48.7%
其他	101	19.2%	141	27.8%	-27.5%
合计	531	100.0%	508	100.0%	4.5%

来源：IDC中国，2019

注：数字均为四舍五入后的取值

IDC中国高级分析师郭天翔认为：2019年第一季度中国平板电脑市场在传统淡季依然保持同比增长，且增幅创近一年最高，取得开门红。中国平板电脑市场将呈现以下趋势：

1.大尺寸平板渐成主流：

随着大屏智能手机的发展，7寸平板电脑受到冲击最为严重，10寸和8寸未来将成为主流。IDC数据显示2019年第一季度7-8寸设备同比下降35%，下降幅度最大，主流厂商中只有苹果继续更新该尺寸产品。10-11寸平板同比增长95%，在消费市场仍以影音娱乐为主要使用目的的情况下，10寸高清屏幕会带来更好体验感；商用市场，尤其教育行业，预算充足的前提下同样会选择10寸平板，利于视力保护；下半年随着苹果等厂商继续发布新品，将有更多份额从9-10寸向10-11寸设备转移；IDC预测2019年9-10寸平板将会同比下降8.4%，而10-11寸平板将会同比增长19.8%。而8-9寸平板虽然同比下降23%，但随着2019年3月华为新品的上市，2019年第二季度8寸平板必然会有提升；由于同时兼顾大屏与便携性，商用市场中政府项目更青睐8寸设备，随着2020年政府项目采购的开始，因此8寸设备在2020年将会大幅增长。IDC预测2020年8-9寸平板出货同比增长16.1%。

2.商用市场将成为主要增长点：

随着5G时代的到来，在国家对产业数字信息化和移动互联网办公政策的引导下，以及软硬件厂商逐渐向商用市场应用的倾斜，平板电脑可以充分发挥其携带便捷，显示效果优良的特点，在消费需求日趋减少的情况下，把商用市场作为主要增长点。与IDC一直倡导的未来工作(future of work)相结合，在政府项目的数字化与系统化，教育行业的电子化与多媒体化，金融和医疗行业的无纸化与信息化，制造和服务行业的集约化和规范化等方面，发挥更大作用，获得更多市场机会。根据IDC预测，2020年平板商用市场出货量将会接近645万台，同比增长15.9%，平板电脑将继续在商用市场扮演重要角色。

3.消费市场将与智能家居融合：

随着智能电视、智能门锁、智能音箱等智能家居设备越来越多的走入我们的日常生活当中，必然需要一个总控设备来帮助我们控制家中的各种智能设备。平板电脑可以与智能音箱结合，植入智能语音助手，既可继续发挥屏幕显示优势，又可进行语音操作和控制，还可方便携带出门，监控家中情况，远程控制家中智能家居设备。各厂商可以和智能家居厂商合作，打通后台操作，提前布局，占得先机，发掘新的增长点。

4.头部厂商集中度越来越高，中小品牌厂商应向白牌抢夺生存空间：

IDC数据显示，2019年第一季度苹果和华为2名头部厂商市场份额已有去年同期的65.5%上升到69.9%，其他厂商只能抢夺剩余的三成市场份额。值得注意的是，白牌厂商依然占据了12.0%的市场份额，虽然已经由去年同期的19.0%同比下降了7个百分点。白牌在消费市场上主要面向T4-T6线城市级别的消费者，价格在400元以下，8寸左右屏幕，支持4G和通话，可以理解为山寨大屏智能手机需求的延伸。商用市场主要面向教育行业和制造型企业。低价的白牌厂商产品对于一些教育品牌商的早期发展起到积极促进作用，但是产品质量和售后服务的难以保证，为了提升自身形象，这些教育品牌商开始转向品牌厂商，但产品需求依然在千元以下。而制造型企业对于平板电脑功能型需求较低，尤其是经济大环境

不利的情况下，对价格依然较为敏感。因此其他中小厂商应该抓住时机，保证自身产品质量的前提下，抢夺白牌市场份额，扩大自己生存空间。

整体来看2019年中国平板电脑市场挑战颇大：经济大环境未见好转，中美贸易战日趋激烈，企业存活压力较大，信息化生产进程放缓，电子化教育受到政策影响，而随着政府人口普查项目采购的推迟，2019年商用市场出货量将会低于预期；消费市场在苹果，华为等前几大厂商发布新品时，会出现暂时增长，但中小品牌生存困难；长期来看个人使用需求的下降趋势无法改变，消费市场仍将延续下滑。2019年中国平板电脑市场会迎来较为严峻的考验，因此各品牌厂商需结合实际情况，从品牌形象建设、应用生态建立、服务体系优化、用户体验差异化和异业合作等方面寻求适合自身发展的路线。

- 全文完 -

欲了解IDC报告的更多信息，请访问www.idc.com.cn。欲购买报告，请致电+86-10-5889 1666与IDC中国销售部联系，或发email至frankwang@idc.com

关于 IDC

国际数据公司（IDC）是全球著名的信息技术、电信行业和消费科技咨询、顾问和活动服务专业提供商。IDC在全球拥有超过 1100名分析师，为110多个国家的技术和行业发展机遇提供全球化、区域化和本地化的专业视角及服务。IDC的分析和洞察助力IT专业人士、业务主管和投资机构制定基于事实的技术决策，以实现关键业务目标。欲了解更多信息，请登录www.idc.com.cn。

- ### -

相关咨询，请联系：

王勇，IDC中国 助理副总裁

电话：(+86-10) 5889 1588

电邮：frankwang@idc.com

谢静，IDC中国市场部高级市场专员

电话：(+86-10)58891558

电邮：mxie@idc.com

扫描微信二维码，关注IDC 研究成果，掌握ICT市场脉搏Figure 4



About IDC

IDC is the premier global provider of market intelligence, advisory services, and events for the information technology and telecommunications industries. IDC helps IT professionals, business executives, and the investment community make fact-based decisions on technology purchases and business strategy. Over 775 IDC analysts in 50 countries provide global, regional, and local expertise on technology and industry opportunities and trends. For more than 40 years, IDC has provided strategic insights to help our clients achieve their key business objectives. IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. You can learn more about IDC by visiting <http://www.idc.com/>.

IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. Additional information can be found at www.idc.com.

All product and company names may be trademarks or registered trademarks of their respective holders.

For more information contact:

Frank Wang
frankwang@idc.com
+86-10-5889 1558
Maggie Xie
mxie@idc.com
+86-10-5889 1558